

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
Хагуров Т.А.
подпись
« 27 » 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.03.01 ПРАВОВОЕ И ЭТИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ
РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление
подготовки/специальность – 42.04.02 Журналистика
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) /
специализация – «Реклама»
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки – академическая
(академическая /прикладная)

Форма обучения – очная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника – магистр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, программа подготовки «Реклама»

код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

И.А. Мальцева, доц., канд. филол. наук
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности утверждена на заседании кафедры (разработчика) электронных СМИ и новых медиа протокол № 9 «18» апреля 2018 г.

И. о. заведующего кафедры (разработчика) Вологина Е.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) электронных СМИ и новых медиа протокол № 9 «18» апреля 2018 г.

И. о. заведующего кафедры (разработчика) Вологина Е.В.
фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 15-18 «25» апреля 2018 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

Осташевский А.В., д-р филол. наук, профессор кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций
Ишкова И.А., директор рекламного агентства ООО «Индиго»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Основная цель освоения дисциплины «Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности» обеспечить необходимый уровень компетентности будущих рекламистов в вопросах правового регулирования рекламной деятельности; дать систематизированную информацию о правовом регулировании рекламной деятельности как о совокупности норм и как о науке; раскрыть особенности, достоинства и недостатки действующей в сфере рекламы правовой регламентации.

1.2 Задачи дисциплины:

- изучить опыт становления правовых норм, регламентирующих рекламную деятельность;
- вычленить основные проблемы современного правового и этического регулирования рекламной деятельности в нашей стране;
- систематизировать используемые для производства ненадлежащей рекламы лингвистические приемы, оценив их в этическом и правовом аспектах;
- определить перспективы взаимодействия государственного и профессионального регулирования в России для будущего практического применения магистрантами.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре ООП ВО

Рабочая программа по дисциплине «Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания основной образовательной программы подготовки по направлению 42.04.02 «Журналистика» согласно учебному плану подготовки магистров по программе «Реклама».

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Б1 «Дисциплины (модули) учебного плана», предшествующие дисциплины - «Теория и практика современной рекламы», «Деонтология журналистики», последующие дисциплины – «Интернет-реклама», «Психология рекламы»

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы. Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных/ профессиональных компетенций (ОК/ПК): ОК 4, ПК 6, ПК 7

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ОК 4	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ	основные законодательные документы, регулирующие профессиональную деятельность в сфере рекламы.	применять на практике знания законодательных актов и этических норм.	навыками использования законодательной документации и этических кодексов в профессиональной деятельности
ПК 6	готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для	потребности социума, обусловленные этическими нормами и	аккумулировать, анализировать информацию из законодательных источников, необходимую	официальными материалами, данными опросов общественного мнения,

	подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	законодательными актами	для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности.	медиаметрическими показателями.
ПК 7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	законодательные акты и этические нормы, обслуживающие различные концепции медиамоделирования и медиапроектирования	использовать правовые нормы для разработки различных медиапроектов	навыками применения нормативно-правовой базы при осуществлении медиапроектирования

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		А			
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	24	24			
Занятия лекционного типа	-	-			
Лабораторные занятия	-	-			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	24	24			
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-			
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:					

Курсовая работа		-	-			
Проработка учебного (теоретического) материала		33,8	33,8			
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		-	-			
Реферат		10	10			
Подготовка к текущему контролю		47,8	47,8			
Контроль:						
Подготовка к экзамену		-	-			
Общая трудоемкость	час.	72	72			
	в том числе контактная работа	24,2	24,2			
	зач. ед	2	2			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Темы дисциплины, изучаемые в 2 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности: введение в проблему	23	-	8	-	15
2.	История правового регулирования рекламной деятельности в России и зарубежных странах	23	-	8	-	15
3.	Проблемы функционирования рекламного законодательства в современной России.	23,8	-	6	-	15,8
4.	Итоговое занятие. Зачет.	4	-	2	-	2
5.	Всего		-	24	-	47,8

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа не предусмотрены

Занятия лекционного плана не предусмотрены

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Правовое и этическое регулирование	и Роль рекламы в социокультурной и правовой жизни людей. Актуальность для профессиональной пригодности будущих магистров журналистики знаний о сфере	Опрос

	Рекламной деятельности: введение в проблему	рекламного бизнеса и присущих ей правонарушениях. Функции рекламной деятельности и виды ответственности, определяемые ими. Заинтересованность всех субъектов рекламного рынка в регулировании рекламы. Базовый нормативный правовой акт отрасли – ФЗ «О рекламе»: значение, изменения, новации. Место законодательства о рекламе в правовой системе России.	
2.	История правового регулирования рекламной деятельности в России и зарубежных странах	Реклама, рекламная деятельность, рекламный бизнес в историческом развитии. Генезис и развитие правового регулирования рекламных отношений в России в дореволюционный, советский и современный период. История формирования принципов и способов регулирования рекламной деятельности в Европе. Сравнительный анализ национальных традиций регулирования рекламной деятельности во Франции, Германии, Англии. Стратегия становления института регулирования в Америке. Соотношение регулирования и саморегулирования в этой стране.	<i>Реферат</i>
3.	Проблемы функционирования рекламного законодательства в современной России.	Российская стратегия создания нормативной базы, регулирующей рекламную деятельность. Согласованность и взаимодополняемость законодательства о рекламе. Хронология появления законодательных актов. Соотношение базовых законодательных документов: закона «О рекламе», Конституции РФ, Уголовный кодекс РФ, Гражданский кодекс РФ, законов «О защите прав потребителей», «О средствах массовой информации», «О рынке ценных бумаг» и пр. Современные тенденции, динамика и перспективы развития рекламного права в России.	<i>Опрос</i>

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

2.3.3 Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3

1	<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс]Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5BE0D083-D344-4AF0-B3E5-C4BEE5ECA6F4 2. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 223 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7AA929FE-5967-4DE2-8103-EF8E8C4DC51B 3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4 4. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. — Краснодар, 2018. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017 г.
3	<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>	1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс]Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5BE0D083-D344-4AF0-B3E5-C4BEE5ECA6F4 2. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 223 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7AA929FE-5967-4DE2-8103-EF8E8C4DC51B 3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4 4. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. — Краснодар, 2018. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017 г.
2	<i>КРеферат</i>	1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс]

		Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5BE0D083-D344-4AF0-B3E5-C4BEE5ECA6F4 2. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 223 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7AA929FE-5967-4DE2-8103-EF8E8C4DC51B 3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4 4. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2018 Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017 г.
--	--	--

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) реализация компетентностного подхода должна предусматриваться использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. Проведение лабораторных работ предполагает внедрение игровых и неигровых методов обучения:

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности учащихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные на лекции знания. Практическое занятие предполагает выполнение студентами по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Порядок подготовки практического занятия:

- изучение требований программы дисциплины
- формулировка цели и задач практического занятия

- разработка плана проведения практического занятия
- отбор содержания практического занятия (подбор типовых и нетиповых задач, заданий, вопросов)
- обеспечение практического занятия методическими материалами, техническими средствами обучения
- определение методов, приемов и средств поддержания интереса, внимания, стимулирования творческого мышления студентов
- моделирование практического занятия

Семинарские занятия (С)

Семинар - одна из форм практических занятий, проводимых по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) с целью формирования и развития у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать его. Семинарские занятия проводятся главным образом по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, требующим научно-теоретического анализа литературных источников.

Порядок подготовки семинарского занятия:

- изучение требований программы дисциплины
- формулировка цели и задач семинара
- разработка плана проведения семинара
- моделирование вступительной и заключительной частей семинара
- предварительная раздача студентам вопросов, заданий (в том числе творческих и индивидуальных), ознакомление с проблемами, являющимися предметом обсуждения на семинаре
- инструктаж студентов по подготовке к семинару

Порядок проведения семинарского занятия:

1. Вводная часть: постановка цели, задач и изложение основного замысла занятия.
2. Основная часть:
 - организация дискуссии: постановка проблемы, выделение основных направлений;
 - выступление докладчика, раскрывающего основные положения по вопросу;
 - выступления содокладчиков, раскрывающих свое видение проблемы;
 - дискуссия по докладу и содокладам.
3. Заключительная часть: завершение дискуссии, обобщение и оценка результатов работы студентов.

Дискуссия - обмен взглядами по конкретной проблеме. Это активный метод, позволяющий научиться отстаивать свое мнение и слушать других. Обычно предполагается, что из мышления рождается ответ на высказывание оппонента в дискуссии, поэтому разномыслие и рождает дискуссию. Однако дело обстоит как раз наоборот: спор, дискуссия рождает мысль, активизирует мышление, а в учебной дискуссии к тому же обеспечивает сознательное усвоение учебного материала как продукта мыслительной его проработки.

Метод дискуссии используется в групповых формах занятий: на семинарах-дискуссиях, собеседованиях по обсуждению итогов выполнения заданий на практических занятиях, когда студентам нужно высказываться.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

К формам текущего контроля относятся: оценка выполнения студентами письменных работ, творческих заданий в рамках практических занятий, в том числе выполненных в ходе самостоятельной работы, реферат.

4.1.1 Темы рефератов

1. Реклама, рекламная деятельность, рекламный бизнес в историческом развитии.
2. Роль рекламы в социокультурной и правовой жизни людей.
3. Генезис и развитие правового регулирования рекламных отношений в России в дореволюционный, советский и современный период.
4. Функции рекламной деятельности и виды ответственности, определяемые ими.
5. Место законодательства о рекламе в правовой системе России.
6. История формирования принципов и способов регулирования рекламной деятельности в Европе.
7. Сравнительный анализ национальных традиций регулирования рекламной деятельности во Франции, Германии, Англии.
8. Стратегия становления института регулирования в Америке.
9. Соотношение регулирования и саморегулирования в сфере рекламной деятельности.
10. Российская стратегия создания нормативной базы, регулирующей рекламную деятельность.

4.1.2 Примерные тематика вопросов для дискуссии

Практическое занятие 1

Тема: Журналист как субъект общения (дискуссия)

Дискуссия преследует цель проверки коммуникативных качеств магистрантов и его анализ. "самоидентичности" (ощущения себя) в итоге анализа. Проведение и коллективный анализ заданий "Образ мира в моем представлении" и "Образ мира в прессе и зеркале ТВ и РВ" помогают определить некоторые важные качества личности (эмпатия, конкретность, непосредственность и т.д.). При этом коллективный анализ позволяет дополнительно выявить качества, необходимые в общении (культуру полемики, точность оценки, логику мышления и т.д.).

Тематика вопросов для обсуждения в рамках дискуссии "Знаю ли я себя?"

Понимаю ли я другого?"

1. Задачи журналиста-коммуникатора в области создания стратегии и тактики медийной деятельности при интерпретации новостной картины мира.
2. Профессиограмма специалиста по рекламе, выступающего в роли журналиста-коммуникатора.
3. Варианты мотивации специалиста по рекламе, выступающего в роли журналиста-коммуникатора.
4. Способы оценки эффективности работы специалиста по рекламе, выступающего в роли журналиста-коммуникатора.

Практическое занятие 2

Тема: Аудитория как объект и субъект общения журналиста (кейс-задача)

Моделирование формата "Мой незримый собеседник" в рамках актуальной, по мнению автора, для определенной массовой аудитории ситуации. Теоретически обосновать ее идейно-тематическую целесообразность со след. позиций (**задач**):

Тематика вопросов для обсуждения в рамках дискуссии

1. Аргументированная характеристика выбора предполагаемой аудитории.

2. Составление и анализ информационного сообщения, ориентированного на "моего читателя, слушателя" (подростка, молодого человека, интеллигента, обывателя и т.д.) - сообщение о погоде "всем" (СРО) и "каждому" (ЛРО).
3. Анализ и сопоставление разных сообщений: по объему, структуре, стилистике.

Практическое занятие 3

Тема: Журналист и аудитория: секреты обратной связи (деловая игра)

Деловая игра "Ситуация". Участникам игры раздаются карточки, где обозначены тип аудитории, тема сообщения, цель сообщения и конкретная ситуация. Участники игры получают время на подготовку (5-10 мин.). Сообщения прослушиваются и оцениваются по трем основным параметрам: знание ситуации, ориентация на данный тип аудитории, эффективность способов воздействия. Игра завершается беседой о формах и способах контакта, специфике и проблемах "обратной связи".

Практическое занятие 4

Тема: Менеджмент новости (кейс-задача)

Создание индивидуального буклета по теме "Мое профессиональное оружие: слово и изображение", «Профессиограмма профессии «Журналист»» (для различной читательской аудитории, по выбору магистранта). Выполнение данной кейс-задачи предполагает выявление и разработку оптимальных сценариев взаимодействия журналиста и специалиста по рекламе (т.е. работу по созданию стратегической менеджерской концепции на основе выбранной актуальной новости о ситуации).

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Контрольные вопросы для итоговой формы контроля (зачет)

1. Понятие рекламного права.
2. Рекламное право как самостоятельная отрасль российского права.
3. Современные тенденции развития рекламного права в России.
4. Место законодательства о рекламе в правовой системе России.
5. Общая характеристика федерального закона «О рекламе» как базового нормативного правового акта.
6. Международно-правовые акты как источники законодательства о рекламе.
7. Становление правового регулирования рекламной деятельности в Европе и США.
8. Понятие рекламы по законодательству России и в зарубежных странах.
9. Позитивные и негативные функции рекламы. Социальные и специальные функции рекламы.
10. Специфика подходов к делению рекламы на виды.
11. Общеправовая классификация рекламной информации.
12. Разные подходы к классификации рекламы
13. Правовые особенности рекламы отдельных видов товаров и услуг.
14. Правовая регламентация рекламы направленной на несовершеннолетних.
15. Правовая регламентация радиорекламы.
16. Специфика правовой регламентации рекламы в периодических печатных изданиях, сетях электросвязи и почтовых отправлениях
17. Правовая регламентация наружной рекламы, а также на транспортных средствах.
18. Правовая регламентация рекламы запрещенных объектов (алкогольной продукции и пива, табака, лекарственных средств, биологически активных добавок и детского питания, продукции военного назначения и оружия.
19. Правовая регламентация рекламы основанных на риске игр и пари.

20. Специфика правовой регламентации рекламы финансовых услуг и ценных бумаг.
21. Специфика правовой регламентации рекламы привлечения денежных средств для строительства жилья.
22. Понятие и особенности некоммерческой рекламы ее виды и функции.
23. Понятие и особенности социальной рекламы по действующему российскому законодательству.
24. Понятие и особенности политической рекламы по действующему законодательству России.
25. Конфессиональная реклама. Понятие и функции.
26. Понятие правонарушения по рекламному законодательству РФ.
27. Ненадлежащая реклама. Понятие и виды. Виды ответственности
28. Недобросовестная реклама. Виды ответственности
29. Недостоверная реклама. Виды ответственности
30. Скрытая реклама. Понятие, социальная опасность.
31. Требования этического характера в базовом законе «О рекламе».
32. Этическая экспертиза рекламы

Критерии оценивания

Зачет проводится устной форме по билетам, которые включают два теоретических вопроса. Оценка знаний студентов производится по следующим критериям:

«Зачтено» ставится, если студент отвечает на вопросы устного собеседования, владеет основными терминами и понятиями по теме курса, может привести примеры из современной практики в сфере отечественной и зарубежной журналистики.

«Не зачтено» ставится, если студент не знает ответа на вопросы устного собеседования, не знает базовых определений по теме курса, не может привести примеры из практической отечественной и зарубежной журналистики.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5BE0D083-D344-4AF0-B3E5-C4BEE5ECA6F4
2. Почакаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие / Р. Ю. Почакаев. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 223 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7AA929FE-5967-4DE2-8103-EF8E8C4DC51B
3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4

5.2 Дополнительная литература:

- Баранова М.В. Административная ответственность за нарушения законодательства России о рекламе (общетеоретические и прикладные проблемы): Монография. Новгород, 2006.
- Баранова М.В. История правового регулирования рекламных отношений в России (дореволюционный и советский периоды). – Н.Новгород, 2006.
- Баранова М.В. Международное рекламное право: Монография. – Н.Новгород, 006.
- Огивли Дэвид. Огивли о рекламе. М.: Эксмо, 2007.
- Медийные стратегии современного мира. Материалы научно-практической конференции. Выпуск 1 – 5. Краснодар: КубГУ, 2007 – 2011.
- Николайшвили Г.Г. Социальная реклама: теория и практика. М.: Аспект Пресс, 2008.
- Ульяновский А.В. Мифодизайн в рекламе: учебное пособие. СПб: [Филологический факультет СПбГУ], 2011.
- Ульяновский А.В. Современные рекламные технологии: учебное пособие. СПб.: [Б.и.], 2011.
- Сердобинцева Е.Н. Структура и язык рекламных текстов: учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2010.
- Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности: практическое пособие. 2-е изд. М.: Дашков и К°, 2012.
- Правовое регулирование рекламной деятельности: Хрестоматия / Под ред. Д. С. Бадалова. – М., 2001.

5.3.Периодические издания:

1. «Медиаскоп», электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. URL: <http://www.mediascope.ru>
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01008481880>.
3. Вестник Московского государственного университета. Серия 10. Журналистика – URL: <http://www.msu.ru/resources/msu-publ.html>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. <https://www.biblio-online.ru> – информационно-образовательный проект, предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно- методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе;
2. <https://e.lanbook.com> – информационно-образовательный проект, в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно-методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

студент может:

сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;
- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;
- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;
- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;
- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;
- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины «Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;
- проведение практических занятий.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, проработка теоретического материала

Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Основной формой самостоятельной подготовки студента является выполнение реферата. Темы рефератов указаны в рабочей программе. Они являются примерными, поэтому по согласованию с преподавателем студент может предложить свою тему реферата. В случае принятия нового нормативного акта, выхода актуальной литературы, преподаватель, ведущий практические занятия, может уточнить тематику, сузить ее, предложить подготовку реферата с последующей публичной защитой одновременно нескольким студентам. При подготовке реферата студент должен решить следующие задачи: — обосновать актуальность и значимость темы; — ознакомиться с литературой и сделать её анализ; — собрать необходимый материал для исследования; — провести систематизацию и анализ собранных данных; — изложить свою точку зрения по дискуссионным вопросам по теме исследования; — по результатам полученных данных сделать собственные выводы. Реферат должен быть оформлен: напечатан, подписан и сдан преподавателю в установленные сроки. Работа оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа, выполняется на бумаге формата А4, шрифт – 14 Times New Roman, межстрочный интервал – полуторный, границы полей: верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм. Оптимальный объем реферата – 10-15 страниц.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

Проверка самостоятельной работы студента и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Для проведения практических занятий по дисциплине предусмотрено использование компьютерных программ:

- Программы для просмотра и создания текстовых файлов («MicrosoftWord»)
- Программы для просмотра pdf-файлов («AdobeReader»)
- Программы для демонстрации и создания презентаций («MicrosoftPowerPoint»)
- Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель «WindowsMediaPlayer»)

8.3 Перечень информационных справочных систем:

- Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)

- Электронная библиотечная система Издательства «Лань» (<http://www.e.lanbook.com>);
- Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» (<http://www.biblioclub.ru>).
- Электронная библиотечная система «Юрайт» (<http://www.biblio-online.ru>)
- Электронная библиотечная система «BOOK.ru» (<http://www.book.ru>)
- Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Семинарские занятия	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 304,305,404,406,407,408,409, 411 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
2.	Групповые и индивидуальные консультации	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 202,306,307,407,408,409,411 (Комплект учебной мебели, доска учебная) ауд. 310 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт) ауд. 410 (выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования) ауд. 412 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 304,305,306,404,406,407,408,409 (Комплект учебной мебели, доска учебная)

4.	Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. № 401 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 10 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт)
----	------------------------	--