

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.06.2024 15:57:45  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82479

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт социальной инженерии

Кафедра социологии и рекламных коммуникаций

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года/4 года 11 месяцев
Форма(-ы) обучения	очная/заочная

Рабочая программа учебной дисциплины «Правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 8 от 25.03.2024 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

1. Доцент С.П. Баймешова

Заведующий кафедрой: Е.В Мореева

## **1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ**

Учебная дисциплина «Правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью» изучается в четвертом семестре по очной форме обучения, в пятом семестре по заочной форме обучения.

Курсовая работа – не предусмотрена

1.1. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- История рекламы и связей с общественностью
- Основы профессионального развития
- Деловое общение в коммерческой сфере
- Теория и практика массовой информации
- Основы правоведения и антикоррупционная политика
- Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Этика и психология в профессиональной деятельности;
- Технологии рекламы и связей с общественностью;
- Производственная практика. Профессионально-творческая практика

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

## **2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Целями изучения дисциплины «Правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью» являются:

- изучение правовых и этических основ рекламной и PR-деятельности, законодательства, регулирующего информационную и рекламную деятельность в России и за рубежом, основных принципов и тенденций развития правового регулирования, навыков практического применения законодательства о рекламе и PR;

- изучение действующих норм рекламного права, соответствующих отраслей правовой системы России и правоприменения, понятий и принципов, механизмов правового и этического регулирования.

Задачи учебной дисциплины:

-изучение основных принципов права и этики в рекламной и PR-деятельности в России и зарубежных странах;

-выработка умения ориентироваться в нормативно-правовых актах, содержащих нормы о регулировании рекламной и PR-деятельности;

-выработка умения соотносить юридическое содержание правовых норм с реальными событиями общественной жизни;

-формирование способностей применять полученные правовые знания в практической деятельности.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности</p>	<p>ИД-УК-10.1 Анализ действующих правовых норм, обеспечивающих противодействие проявлениям экстремизма, терроризма, коррупции в различных областях жизнедеятельности; сущности проявлений экстремизма, терроризма и коррупционного поведения и их взаимосвязи с социальными, экономическими, политическими и иными условиями</p>	<p>Понимает основные термины и понятия гражданского права, используемые в антикоррупционном законодательстве Анализирует действующие правовые нормы, обеспечивающих борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности Понимает сущность коррупционного поведения и его взаимосвязи с социальными, экономическими, политическими и иными условиями</p>
<p>ПК-3 Способен разрабатывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигать коммуникационный продукт в коммерческой сфере</p>	<p>ИД-ПК-3.2 Подготовка необходимой документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ИД-ПК-3.3 Разработка плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию</p>	<p>Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в коммерческой сфере Обосновывает коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услуги Готовит необходимую документацию по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Разрабатывает план коммуникационных мероприятий и определяет размера расходов на их реализацию с учетом законодательных и этических норм</p>

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	5	з.е.	160	час.
по заочной форме обучения –	5	з.е.	160	час.

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа/ курсовой проект	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
4 семестр	экзамен	160	32	32				64	32
Всего:		160	32	32				64	32

3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (заочная форма обучения)

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа/ курсовой проект	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
5 семестр	экзамен	108	6	8				138	8
Всего:		108	6	8				138	8

## 3.3. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
<b>Четвертый семестр</b>							
УК-10: ИД-УК-10.1	<b>Раздел I. Правовые основы рекламы и связей с общественностью</b>	16	16			32	Формы текущего контроля по разделу I: Доклад Реферат Собеседование
	Тема 1.1 Реклама и связи с общественностью как объекты правового регулирования	4					
	Тема 1.2 Особенности регулирования отдельных способов распространения рекламы, ответственность за нарушение рекламного законодательства	4					
	Тема 1.3 Особенности правового регулирования социальной рекламы	4					
	Тема 1.4 Особенности правового регулирования политической рекламы	4					
	Практическое занятие № 1.1 Реклама и связи с общественностью как объекты правового регулирования		4			8	
	Практическое занятие № 1.2 Особенности регулирования отдельных способов распространения рекламы, ответственность за нарушение рекламного законодательства		4			8	
	Практическое занятие № 1.3 Особенности правового регулирования социальной рекламы		4			8	
	Практическое занятие № 1.4		4			8	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные задания, час	Практическая подготовка, час		
	Особенности правового регулирования политической рекламы						
ПК-3: ИД-ПК-3.2 ИД-ПК-3.3	<b>Раздел II. Этические основы рекламы и связей с общественностью</b>	16	16			32	Формы текущего контроля по разделу II: Тестирование Практические задания
	Тема 2.1 Общие и специальные требования к рекламе	4					
	Тема 2.2 Правовые основы защиты чести, достоинства и деловой репутации	4					
	Тема 2.3 Авторское право в рекламе	4					
	Тема 2.4 Саморегулирование рекламы и связей с общественностью	4					
	Практическое занятие № 2.1 Общие и специальные требования к рекламе		4			8	
	Практическое занятие № 2.2 Правовые основы защиты чести, достоинства и деловой репутации		4			8	
	Практическое занятие № 2.3 Авторское право в рекламе		4			8	
	Практическое занятие № 2.4 Саморегулирование рекламы и связей с общественностью		4			8	
	Экзамен					32	
	<b>ИТОГО за четвертый семестр</b>	<b>32</b>	<b>32</b>			<b>64</b>	
	<b>ИТОГО за весь период</b>	<b>32</b>	<b>32</b>			<b>64</b>	

3.4. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (заочная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
<b>Пятый семестр</b>							
УК-10: ИД-УК-10.1	<b>Раздел I. Правовые основы рекламы и связей с общественностью</b>	3	4			69	Формы текущего контроля по разделу I: Доклад Реферат Собеседование
	Тема 1.1 Реклама и связи с общественностью как объекты правового регулирования	1					
	Тема 1.2 Особенности регулирования отдельных способов распространения рекламы, ответственность за нарушение рекламного законодательства	1					
	Тема 1.3 Особенности правового регулирования социальной рекламы	0,5					
	Тема 1.4 Особенности правового регулирования политической рекламы	0,5					
	Практическое занятие № 1.1 Реклама и связи с общественностью как объекты правового регулирования		1			18	
	Практическое занятие № 1.2 Особенности регулирования отдельных способов распространения рекламы, ответственность за нарушение рекламного законодательства		1			17	
	Практическое занятие № 1.3 Особенности правового регулирования социальной рекламы		1			17	
	Практическое занятие № 1.4		1			17	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные задания, час	Практическая подготовка, час		
	Особенности правового регулирования политической рекламы						
ПК-3: ИД-ПК-3.2 ИД-ПК-3.3	<b>Раздел II. Этические основы рекламы и связей с общественностью</b>	3	4			69	Формы текущего контроля по разделу II: Тестирование Практические задания
	Тема 2.1 Общие и специальные требования к рекламе	1					
	Тема 2.2 Правовые основы защиты чести, достоинства и деловой репутации	1					
	Тема 2.3 Авторское право в рекламе	0,5					
	Тема 2.4 Саморегулирование рекламы и связей с общественностью	0,5					
	Практическое занятие № 2.1 Общие и специальные требования к рекламе		1			18	
	Практическое занятие № 2.2 Правовые основы защиты чести, достоинства и деловой репутации		1			17	
	Практическое занятие № 2.3 Авторское право в рекламе		1			17	
	Практическое занятие № 2.4 Саморегулирование рекламы и связей с общественностью		1			17	
	Экзамен					8	
	<b>ИТОГО за пятый семестр</b>	<b>6</b>	<b>8</b>			<b>138</b>	
	<b>ИТОГО за весь период</b>	<b>6</b>	<b>8</b>			<b>138</b>	



## 3.5. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
<b>Раздел I. Правовые основы рекламы и связей с общественностью</b>		
Тема 1.1	Реклама и связи с общественностью как объекты правового регулирования	Законодательно-нормативная база: Конституция РФ, федеральное законодательство о рекламе и СО. Судебная практика. Международные источники права: Международный кодекс рекламной практики, Конвенция о трансграничном вещании.
Тема 1.2	Особенности регулирования отдельных способов распространения рекламы, ответственность за нарушение рекламного законодательства	Особенности восприятия рекламы. Недобросовестная реклама. Недостоверная реклама. Запрет на использование иностранных слов и выражений, искажающих смысл информации, бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений. Защита несовершеннолетних в рекламе. Спонсорская реклама и особенности ее распространения.
Тема 1.3	Особенности правового регулирования социальной рекламы	Социальная реклама. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе: административная, гражданско-правовая.
Тема 1.4	Особенности правового регулирования политической рекламы	Источники права, регулирующие общественные отношения в период избирательных кампаний. Основные понятия. Условия проведения предвыборной агитации в СМИ. Права и обязанности участников избирательного процесса во время избирательных кампаний. Ответственность за нарушения избирательного законодательства. Этический кодекс политической Рекламы
<b>Раздел II. Этические основы рекламы и связей с общественностью</b>		
Тема 2.1	Общие и специальные требования к рекламе	Законодательно-нормативная база: рекламные кодексы, кодексы чести, этические кодексы. Международные источники права: Международный кодекс рекламной практики, Конвенция о трансграничном вещании.
Тема 2.2	Правовые основы защиты чести, достоинства и деловой репутации	Честь, достоинство, деловая репутация: определение, содержание понятий. Основные способы защиты чести, достоинства и деловой репутации: досудебный и судебный. Основания освобождения от ответственности за распространение информации, наносящий вред физическим/юридическим лицам. Персональные данные гражданина: понятие, порядок их использования в средствах массовых коммуникациях
Тема 2.3	Авторское право в рекламе	Нормативное регулирование: российское законодательство, международные источники права. Объекты и субъекты авторского права. Имущественные и неимущественные права авторов (понятие, содержание). Срок действия авторских прав. Соавторство. Особенности отчуждения авторских прав.

Тема 2.4	Саморегулирование рекламы и связей с общественностью	Регулирование рекламы в странах СНГ. Регулирование рекламы в зарубежных странах Германия, Франция, Великобритания, США. Стандарты Европейского Суда при рассмотрении дел по ст. 10 ЕКПЧ, предметом которых явилась коммерческая информация. Саморегулируемые организации в сфере рекламы. Права саморегулируемой организации в сфере рекламы. Кодексы профессионального поведения в области деловых коммуникаций и СМИ
----------	--	---

### 3.6. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям и практическим занятиям;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- написание тематических докладов и рефератов на проблемные темы;
- участие студентов в составлении тестов;
- подготовка к собеседованию;
- выполнение ситуативных заданий и кейсов;
- выполнение творческих заданий;
- решение задач;
- проведение исследовательских работ;
- подготовка к контрольной работе;
- выполнение курсовых работ;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по курсовой работе;
- проведение консультаций перед экзаменом;
- проведение ежемесячных мастер-классов;
- индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

### 3.7. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

Применяются следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ

В электронную образовательную среду, по необходимости, могут быть перенесены отдельные виды учебной деятельности:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
смешанное обучение	лекции		в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия		

#### 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

##### 4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности		
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	общепрофессиональной(-ых) компетенций	профессиональной(-ых) компетенции(-й)
			УК-10 ИД-УК-10.1		ПК-3 ИД-ПК-3.2 ИД-ПК-3.3
высокий		отлично	<p>Формирует нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p> <p>Понимает основные термины и понятия гражданского права, используемые в антикоррупционном законодательстве, сущность коррупционного поведения и его взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями</p>		<p>Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт с учетом всех норм и правил законодательства и этики</p> <p>Обосновывает коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услуги</p> <p>Готовит необходимую документацию по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>Разрабатывает план коммуникационных мероприятий и определяет размера расходов на их реализацию с учетом</p>

					законодательных и этических норм
повышенный		хорошо	<p>Формирует нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p> <p>Понимает не все основные термины и понятия гражданского права, используемые в антикоррупционном законодательстве, сущность коррупционного поведения и его взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями</p>		<p>Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт с учетом некоторых норм и правил законодательства и этики</p> <p>Обосновывает коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услуги</p> <p>Готовит необходимую документацию по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, но учитывает не все законодательные и этические нормы</p> <p>Разрабатывает план коммуникационных мероприятий и определяет размера расходов на их реализацию, но учитывает не все законодательные и этические нормы</p>
базовый		удовлетворительно	<p>Формирует нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p> <p>Не понимает основные термины и понятия</p>		<p>Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт с</p>

			<p>гражданского права, используемые в антикоррупционном законодательстве, сущность коррупционного поведения и его взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями</p>		<p>учетом некоторых норм и правил законодательства и этики          Обосновывает коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услуги          Готовит необходимую документацию по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, но не учитывает законодательные и этические требования          Разрабатывает план коммуникационных мероприятий и определяет размера расходов на их реализацию, но не учитывает законодательные и этические норм</p>
низкий		неудовлетворительно	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации;</li> <li>– испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами;</li> <li>– выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя;</li> <li>– ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.</li> </ul>		

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине (модулю), указанных в разделе 2 настоящей программы.

### 5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
1.	Доклад по разделу/теме «Правовые основы рекламы и связей с общественностью»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Становление законодательства о рекламе в Российской Федерации.</li> <li>2. Актуальные проблемы законодательного регулирования рекламной деятельности в РФ.</li> <li>3. Закон «О рекламе»: значение, структура, основные понятия.</li> <li>4. Понятие рекламы и ее основные признаки.</li> <li>5. Виды ненадлежащей рекламы.</li> <li>6. Общие и специальные требования к рекламе.</li> <li>7. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.</li> <li>8. Особенности рекламы в радио- и телепрограммах.</li> <li>9. Особенности правового регулирования наружной рекламы.</li> <li>10. Критерии различия понятий «вывеска» и «наружная реклама».</li> </ol>
2.	Реферат по разделу/теме «Правовые основы рекламы и связей с общественностью»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Конфессиональная реклама. Понятие и функции.</li> <li>2. Скрытая реклама. Правонарушения в данной сфере.</li> <li>3. Проблема защиты чести, достоинства и деловой репутации в рекламном законодательстве РФ.</li> <li>4. Требования этического характера в базовом законе «О рекламе».</li> <li>5. Специфика правовой регламентации рекламы «зонтичных брендов».</li> <li>6. Комплексный институт юридической ответственности за правонарушения в сфере рекламы.</li> <li>7. Особенности правонарушений и юридической ответственности в сфере социальной рекламы.</li> <li>8. Правонарушения в сфере политической рекламы.</li> <li>9. Уголовная ответственность за ненадлежащую рекламу.</li> </ol>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий				
3.	Собеседование по разделу/теме «Правовые основы рекламы и связей с общественностью»	<p>10. Федеральная антимонопольная служба РФ (история развития, функции).</p> <p>1. Губернатором субъекта Российской Федерации (условия задачи вымышленные) подписано постановление об увеличении объема рекламы в радио- и телепрограммах, не зарегистрированных в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, до 30% эфирного времени. Оцените законность данного акта.</p> <p>2. Газета-рекламораспространитель, опубликовавшая рекламу товара, подлежащего обязательной сертификации, без сопровождения ее пометкой установленной формы, получила от антимонопольного органа предписание о прекращении нарушения требования пункта 4 статьи 5 Федерального закона "О рекламе". Является ли правомерным такое предписание в данном случае?</p> <p>3. Крупный завод по производству алкоголя распространил информацию о своей продукции (водке крепостью 40%) на обычном информационном сайте. Разъясните, к кому предъявит претензии антимонопольный орган, и кто понесет ответственность за распространение незаконной рекламы.</p> <p>4. Является ли вывеска с названием "Аптека", расположенная над входом в помещение аптеки, информационной вывеской?</p> <p>5. Является ли указатель, информирующий о местонахождении магазина, рекламой?</p> <p>6. Можно ли считать рекламой публикации о благотворительной деятельности коммерческих структур?</p> <p>7. Рекламное агентство по заказу фирмы, занимающейся производством слабоалкогольной продукции, создало видеоролик, где девушка медленно пьет пиво из запотевшего бокала. Данная реклама не понравилась заказчику, поэтому он обратился к услугам другого агентства, которое сделало похожую рекламу, где другая девушка точно так же медленно пьет из запотевшего бокала пиво. В результате первое агентство обратилось в судебные органы с иском о нарушении своих авторских прав на данный ролик. Оцените правомочность данного иска.</p>				
4.	Тестирование по разделу/теме «Этические основы рекламы и связей с общественностью»	<p>В соответствии со статьей 4 Федерального закона «О рекламе» законодательство Российской Федерации о рекламе состоит из:</p> <table border="1" data-bbox="808 1086 2069 1294"> <tbody> <tr> <td data-bbox="808 1086 1435 1193">А) федерального закона «О рекламе»</td> <td data-bbox="1435 1086 2069 1193">В) федерального закона «О рекламе» и принятых в соответствии с ним нормативно-правовые акты субъектов РФ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="808 1193 1435 1294">Б) федерального закона «О рекламе» и принятых в соответствии с ним иных федеральных законов</td> <td data-bbox="1435 1193 2069 1294">Г) федерального закона «О рекламе» и принятых в соответствии с ним муниципальных нормативно-правовых актов</td> </tr> </tbody> </table> <p>2. Лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для</p>	А) федерального закона «О рекламе»	В) федерального закона «О рекламе» и принятых в соответствии с ним нормативно-правовые акты субъектов РФ	Б) федерального закона «О рекламе» и принятых в соответствии с ним иных федеральных законов	Г) федерального закона «О рекламе» и принятых в соответствии с ним муниципальных нормативно-правовых актов
А) федерального закона «О рекламе»	В) федерального закона «О рекламе» и принятых в соответствии с ним нормативно-правовые акты субъектов РФ					
Б) федерального закона «О рекламе» и принятых в соответствии с ним иных федеральных законов	Г) федерального закона «О рекламе» и принятых в соответствии с ним муниципальных нормативно-правовых актов					



№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий																
		<p>распространения в виде рекламы форму – это:</p> <table border="1" data-bbox="808 268 2069 339"> <tr> <td data-bbox="808 268 1435 300">А) рекламодаделец</td> <td data-bbox="1435 268 2069 300">В) рекламопроизводитель</td> </tr> <tr> <td data-bbox="808 300 1435 339">Б) рекламораспространитель</td> <td data-bbox="1435 300 2069 339">Г) потребитель рекламы</td> </tr> </table> <p>3. Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации – это:</p> <table border="1" data-bbox="808 440 2069 512"> <tr> <td data-bbox="808 440 1435 472">А) ненадлежащая реклама</td> <td data-bbox="1435 440 2069 472">В) недобросовестная реклама</td> </tr> <tr> <td data-bbox="808 472 1435 512">Б) неэтичная реклама</td> <td data-bbox="1435 472 2069 512">Г) недостоверная реклама</td> </tr> </table> <p>4. Реклама наркотических и психотропных веществ в Российской Федерации</p> <table border="1" data-bbox="808 612 2069 751"> <tr> <td data-bbox="808 612 1435 684">А) полностью запрещена</td> <td data-bbox="1435 612 2069 684">В) разрешена только в специализированных печатных изданиях</td> </tr> <tr> <td data-bbox="808 684 1435 751">Б) запрещена в телепрограммах и телепередачах</td> <td data-bbox="1435 684 2069 751">Г) полностью разрешена</td> </tr> </table> <p>5. Субъектами рекламной деятельности в Российской Федерации могут быть:</p> <table border="1" data-bbox="808 852 2069 924"> <tr> <td data-bbox="808 852 1435 884">А) граждане России</td> <td data-bbox="1435 852 2069 884">В) Российская Федерация</td> </tr> <tr> <td data-bbox="808 884 1435 924">Б) иностранные граждане</td> <td data-bbox="1435 884 2069 924">Г) все перечисленные</td> </tr> </table>	А) рекламодаделец	В) рекламопроизводитель	Б) рекламораспространитель	Г) потребитель рекламы	А) ненадлежащая реклама	В) недобросовестная реклама	Б) неэтичная реклама	Г) недостоверная реклама	А) полностью запрещена	В) разрешена только в специализированных печатных изданиях	Б) запрещена в телепрограммах и телепередачах	Г) полностью разрешена	А) граждане России	В) Российская Федерация	Б) иностранные граждане	Г) все перечисленные
А) рекламодаделец	В) рекламопроизводитель																	
Б) рекламораспространитель	Г) потребитель рекламы																	
А) ненадлежащая реклама	В) недобросовестная реклама																	
Б) неэтичная реклама	Г) недостоверная реклама																	
А) полностью запрещена	В) разрешена только в специализированных печатных изданиях																	
Б) запрещена в телепрограммах и телепередачах	Г) полностью разрешена																	
А) граждане России	В) Российская Федерация																	
Б) иностранные граждане	Г) все перечисленные																	
5.	Практическое задание по разделу/теме «Этические основы рекламы и связей с общественностью»	<p>1. На телеканале «М» в течение всего времени вещания демонстрировался логотип с названием канала способом наложения изображения на кадр транслируемой программы. Телепрограммы канала регулярно прерывались рекламой различных товаров, а также информацией о фильмах и передачах, которые планируется показать в ближайшее время на телеканале.</p> <p>Являются ли изображение логотипа телеканала и информация о фильмах и передачах рекламой? Какие правила установлены законом для рекламы в телепрограммах и телепередачах? Нарушает ли редакция телеканала «М» закон, если в течение часа вещания в мае 2021 г. объем информации о товарах и передачах телеканала составил 25 процентов времени вещания, в том числе реклама товаров – 20 процентов, информация о телепередачах – 5 процентов?</p> <p>2. В вагонах метро размещалась информация о приеме на работу в ресторан. На объявлении кроме информации о преимуществах работы демонстрировались зарегистрированные товарные знаки (знаки обслуживания, торговые марки) ресторана, в том числе товарный знак «Ресторан „М“ –</p>																

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>это то, что я люблю».</p> <p>Является ли данное объявление рекламой? Каковы экономические и юридические признаки рекламы? Что понимается в законе под объектом рекламирования?</p> <p>3. В кинопрокате демонстрировался фильм «Д», герои которого явно показывали использование товаров определенных марок: пользовались мобильными телефонами Panasonic, ели йогурт Campina, пили напитки из стаканов с логотипом «Старый мельник». Продюсером фильма «Д» были заключены договоры с производителями (представителями производителей) перечисленных выше товаров, согласно которым они перечисляли денежные средства на создание фильма, а продюсер брал на себя обязательство включить в фильм сцены с использованием указанных товаров и демонстрацией соответствующих товарных знаков (торговых марок).</p> <p>Является ли информация о товарах и товарных знаках в указанной форме рекламой? На какие виды информации, формально подпадающие под определение понятия «реклама», не распространяется действие Закона о рекламе? Что такое спонсорство? Являются ли договоры, заключенные в данной ситуации, спонсорскими? Каковы основные условия спонсорских договоров?</p> <p>4. Законодательное собрание одного из субъектов Российской Федерации приняло закон, согласно которому фирмы – владельцы автомобилей с установленными на них рекламными конструкциями (мобильными биллбордами) должны были платить государственную пошлину за право эксплуатации каждого автомобиля, а также оплачивать в местный бюджет время стоянки таких автомобилей. Закон вводил ограничения и на стоянку указанных автомобилей в определенных местах города, правила их эксплуатации, ответственность за нарушение установленных правил.</p> <p>Правомерно ли принятие подобного закона органом власти субъекта Российской Федерации? Что такое государственная пошлина? Каким нормативным актом она определяется? Нарушены ли в данной ситуации требования Закона о рекламе? Каким образом лица, чьи права и интересы нарушены данным законом, могут защитить свои права?</p> <p>5. Во время сильного порыва ветра рекламная конструкция упала на автомобиль гражданина Р. Стоимость ремонта машины составила 200 тыс. рублей, транспортные расходы гражданина Р. за время нахождения автомобиля в ремонте составили 3000 рублей. Кроме того, гражданин Р. посчитал, что его неполученные доходы от оказания транспортных услуг гражданам за период ремонта автомобиля составили 40 000 рублей.</p> <p>Вправе ли гражданин потребовать возмещения убытков? Какие из перечисленных сумм могут быть приняты судом в расчет при определении суммы возмещаемых убытков? Кто должен выступить ответчиком по иску гражданина Р.: владелец рекламной конструкции, рекламодавец или</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		организация, занимавшаяся на основании договора установкой и эксплуатацией рекламной конструкции?

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Собеседование	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает		5
	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях.		4
	Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений.		3
	Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные		3

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
	связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала.			
	Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы.		2	
	Не получены ответы по базовым вопросам. Не принимал участия в беседе.		2	
Тест	За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы. Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей. В заданиях с выбором нескольких верных ответов, заданиях на установление правильной последовательности, заданиях на установление соответствия, заданиях открытой формы используют порядковую шкалу. В этом случае баллы выставляются не за всё задание, а за тот или иной выбор в каждом задании, например, выбор варианта, выбор соответствия, выбор ранга, выбор дополнения. В соответствии с порядковой шкалой за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, например, три. Три балла выставляются за все верные выборы в одном задании, два балла - за одну ошибку, один - за две ошибки, ноль — за полностью неверный ответ. Правила оценки всего теста: общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, например, 20 баллов. В спецификации указывается общий наивысший балл по		5	85% - 100%
			4	65% - 84%
			3	41% - 64%
			2	40% и менее 40%

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>тесту.</p> <p>Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки.</p> <p>Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе.</p> <p>«2» - равно или менее 40%</p> <p>«3» - 41% - 64%</p> <p>«4» - 65% - 84%</p> <p>«5» - 85% - 100%</p>		
Реферат	Реферат выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5
	Реферат выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Реферат выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки. Реферат не подготовлен.		2
Доклад	Доклад выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5
	Доклад выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Доклад выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки. Доклад не подготовлен.		2

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения. Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично».		3
	Обучающийся (член рабочей группы) не принимал участие в работе группы. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.		2
Практическое задание	Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения проблемной ситуации продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций.		5
	Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования);		4
	Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения. Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично».		3
	Обучающийся (член рабочей группы), не принимал участие в работе группы. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.		2

## 5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Экзамен: в устной форме по билетам	<p>Вопросы к экзамену</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Правовое понятие рекламы.</li> <li>2. Объект рекламирования и его характеристика.</li> <li>3. Критерии отграничения рекламы от иной публичной информации.</li> <li>4. Спонсорство и особенности спонсорской рекламы.</li> <li>5. Становление правового регулирования рекламной деятельности в России.</li> <li>6. Предмет правового регулирования рекламной деятельности.</li> <li>7. Пределы государственного вмешательства в отношения, связанные с производством и распространением рекламы.</li> <li>8. Методы правового регулирования рекламной деятельности.</li> <li>9. Цели правового регулирования рекламы.</li> <li>10. Понятие и классификация принципов правового регулирования рекламы.</li> <li>11. Конституция Российской Федерации как основа формирования системы законодательства Российской Федерации о рекламе.</li> <li>12. Международные акты, регулирующие отношения в области рекламы.</li> <li>13. Федеральный закон «О рекламе», как основной источник рекламного законодательства.</li> <li>14. Федеральные законы, регулирующие отношения в области производства, размещения и распространения рекламы.</li> <li>15. Сфера действия законодательства Российской Федерации о рекламе.</li> </ol>

## 5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
Экзамен: в устной форме по билетам	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует знания, отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные;</li> <li>– свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию;</li> </ul>		5

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета;</li> <li>– логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете;</li> <li>– свободно выполняет практические задания повышенной сложности, предусмотренные программой, демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой. Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</li> </ul>		
	<p>Обучающийся: знает материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и экзамене, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов. Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом. Компетенции, закрепленные за дисциплиной, сформированы на уровне – хороший (средний).</p>		4
	<p>Обучающийся: имеет и демонстрирует знания на занятиях и экзамене только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответе на вопросы. Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.</p>		3



Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>Компетенции, закрепленные за дисциплиной, сформированы на уровне – достаточный.</p> <p>Обучающийся: не знает большей части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы на занятиях и экзамене. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют невысокую (недостаточную) степень овладения программным материалом. Компетенции, закрепленные за дисциплиной, не сформированы</p>		2

### 5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль		
- доклад		2 – 5
- реферат		2 – 5
- собеседование		2 – 5
- тестирование		2 - 5
- практическое задание		
Промежуточная аттестация (Экзамен)		отлично хорошо
Итого за семестр экзамен		удовлетворительно неудовлетворительно зачтено не зачтено

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

100-балльная система	пятибалльная система	
	зачет с оценкой/экзамен	зачет
85 – 100 баллов	отлично зачтено (отлично)	зачтено
65 – 84 баллов	хорошо зачтено (хорошо)	
41 – 64 баллов	удовлетворительно зачтено (удовлетворительно)	
0 – 40 баллов	неудовлетворительно	не зачтено

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- интерактивная лекция;
- групповая дискуссия;
- мастер-классы специалистов и работодателей;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр рекламных материалов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых игр.

## **7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА**

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой работы.

## **8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
<b>119071, г. Москва, Мал. Калужский переулок, дом 1</b>	
Аудитория № 4101 для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Комплект учебной мебели, меловая доска, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: экран, проектор, колонки. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.
Учебная аудитория № 4102 для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплект учебной мебели, доска меловая, стол преподавательский, трибуна Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Переносной проектор + экран, ноутбук
Аудитория №1343: - компьютерный класс для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; - помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно- исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ (в свободное от учебных занятия и профилактических работ время).	Комплект учебной мебели, доска меловая, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации: 19 персональных компьютеров с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации.
<b>Помещения для самостоятельной работы обучающихся</b>	<b>Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся</b>
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс. Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	любой

	Динамики (колонки или наушники)	любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации программы осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Федеральный закон РФ №38-ФЗ от 13.03.06 «О рекламе» (редакция, действующая с 1 октября 2018 года)					<a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/</a>	
2	Федеральный закон РФ №2124-I от 27.12.91 «О средствах массовой информации» (ред. от 18.04.2018 г.)					<a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/</a>	
3	Овчинников А.И., Мамычев А.Ю. Баранов П.П.	Основы национальной безопасности	Учебное пособие	М.: ИНФРА-М	2018	<a href="http://www.znanium.com">http://www.znanium.com</a> . <a href="https://doi.org/10.12737/21448http://znanium.com/catalog/product/929758">https://doi.org/10.12737/21448http://znanium.com/catalog/product/929758</a>	
4	Дударова, Б.О.	Правовое регулирование рекламной деятельности	Курс лекций	М.: Норма: ИНФРА-М	2019	<a href="http://znanium.com/catalog/author/e6453c04-1ba0-11e4-9bb7-90b11c31de4c">http://znanium.com/catalog/author/e6453c04-1ba0-11e4-9bb7-90b11c31de4c</a>	
5	Богацкая, С.Г.	Правовое регулирование рекламной деятельности	Учебное пособие	М.: Университетская книга	2017	<a href="http://znanium.com/catalog/author/22b4f04e-f61a-11e3-9766-90b11c31de4c">http://znanium.com/catalog/author/22b4f04e-f61a-11e3-9766-90b11c31de4c</a>	

2	Федотова Ю.Г.	Государственный и общественный контроль в механизме обеспечения безопасности Российской Федерации	монография	М.: ИНФРА-М	2018	<a href="http://znanium.com/catalog/product/944894">http://znanium.com/catalog/product/944894</a>	
3	Кардашова И. Б.	Основы теории национальной безопасности	Учебник для вузов	М.: Юрайт	2018	<a href="https://biblionline.ru/book/osnovy-teorii-nacionalnoy-bezopasnosti-410728">https://biblionline.ru/book/osnovy-teorii-nacionalnoy-bezopasnosti-410728</a>	
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Вербицкая Т.В.	Национальная безопасность как институт конституционного права [Электронный ресурс]	монография	М.: Мир науки	2015	<a href="http://izd-mn.com/PDF/13MNNPM15.pdf">http://izd-mn.com/PDF/13MNNPM15.pdf</a>	
2	Поздняков А.И.	Основы теории национальной безопасности [Электронный ресурс]	Курс лекций	Электронное научное издание Альманах Пространство и Время. Т. 2. Вып. 1	2013	<a href="http://e-almanac.space-time.ru/assets/files/Tom%202%20Vip%201/rubr3-kategoriya-smysla-st3-pozdnyakov-2013.pdf">http://e-almanac.space-time.ru/assets/files/Tom%202%20Vip%201/rubr3-kategoriya-smysla-st3-pozdnyakov-2013.pdf</a>	
3	Зеленков М.Ю.	Теоретико-методологические проблемы теории национальной безопасности Российской Федерации [Электронный ресурс]	монография	М.: Юридический институт МИИТа	2013	<a href="http://window.edu.ru/resource/730/78730/files/national_sec.pdf">http://window.edu.ru/resource/730/78730/files/national_sec.pdf</a>	
4	Прохожев А.А.	Общая теория национальной безопасности [Электронный ресурс]	учебник	М.: РАГС	2005	<a href="http://www.studmed.ru/view/prohozhev-a-obschaya-teoriya-nacionalnoy-bezopasnosti_197fc1b77f7.html">http://www.studmed.ru/view/prohozhev-a-obschaya-teoriya-nacionalnoy-bezopasnosti_197fc1b77f7.html</a>	
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							

## 11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» <a href="http://www.e.lanbook.com/">http://www.e.lanbook.com/</a>
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
4.	ЭБС «ИВИС» <a href="http://dlib.eastview.com/">http://dlib.eastview.com/</a>
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	Scopus <a href="https://www.scopus.com">https://www.scopus.com</a> (международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);
2.	Scopus <a href="http://www.Scopus.com/">http://www.Scopus.com/</a>
3.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a> (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);

11.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
	...	
	...	...



**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ  
ДИСЦИПЛИНЫ**

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

<b>№ пп</b>	<b>год обновления РПД</b>	<b>характер изменений/обновлений с указанием раздела</b>	<b>номер протокола и дата заседания кафедры</b>