

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Оренбургский государственный университет»**

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

### **ДИСЦИПЛИНЫ**

*«Б1.Д.Б.37 Правовое и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности»*

Уровень высшего образования

**БАКАЛАВРИАТ**

Направление подготовки

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

(код и наименование направления подготовки)

**Реклама и связи с общественностью в информационном обществе**

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

**Бакалавр**

Форма обучения

**Очная**

Год набора 2022

Рабочая программа дисциплины «Б1.Д.Б.37 Правовое и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии  
наименование кафедры

протокол № 9 от "01" февраля 2022 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии  
наименование кафедры  
подпись Т.Ю. Димитрова  
расшифровка подписи

Исполнители:

доцент Т.Ю. Димитрова  
должность подпись расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
код наименование  
личная подпись Ю.В. Кудашова  
расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки  
личная подпись Н.Н. Бигалиева  
расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета  
личная подпись Е.Ф. Томина  
расшифровка подписи

№ регистрации \_\_\_\_\_

## 1 Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель** освоения дисциплины «Правовое и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности» – формирование системного знания правовых основ регулирования рекламно-информационной деятельности, в области законодательства, регулирующего информационную и рекламную деятельность в России и за рубежом, правового положения участников рекламной и PR деятельности, ознакомление студентов с основополагающими методами и принципами правового регулирования рекламной деятельности, а также получение ими навыков практического применения норм права.

### **Задачи:**

- изучение политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- изучение основных принципов правового регулирования рекламно-информационной деятельности в России и зарубежных странах;
- выработка умения ориентироваться в нормативно-правовых актах, содержащих нормы регулирования рекламной деятельности;
- получение навыков для осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы формирование способностей применять полученные правовые знания в практической деятельности

## 2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.7 Право, Б1.Д.Б.14 Основы экономики и финансовой грамотности*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.В.2 Мастер-класс - Реклама и связи с общественностью в бизнесе, Б1.Д.В.3 Реклама и связи с общественностью в политике, Б1.Д.В.8 Реклама и связи с общественностью в международной сфере, Б1.Д.В.Э.5.1 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях, Б1.Д.В.Э.5.2 Мастер-класс - Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных и муниципальных структур*

## 3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

| Код и наименование формируемых компетенций                                                                                                                                                              | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                                                                                                                        | Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, | ОПК-5-В-1 ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях<br>ОПК-5-В-2 ОПК-5.2. Осуществляет свои | <b>Знать:</b> тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования<br><b>Уметь:</b> ориентироваться в нормативно-правовых актах, содержащих нормы регулирования рекламно-информационной |

| Код и наименование формируемых компетенций | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                                                      | Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| правовых и этических норм регулирования    | профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы | деятельности<br><b>Владеть:</b> навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы |

## 4 Структура и содержание дисциплины

### 4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

| Вид работы                                                                                                                                                                                                                                                                       | Трудоемкость, академических часов |              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|--------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 6 семестр                         | всего        |
| <b>Общая трудоёмкость</b>                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>108</b>                        | <b>108</b>   |
| <b>Контактная работа:</b>                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>34,25</b>                      | <b>34,25</b> |
| Лекции (Л)                                                                                                                                                                                                                                                                       | 18                                | 18           |
| Практические занятия (ПЗ)                                                                                                                                                                                                                                                        | 16                                | 16           |
| Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)                                                                                                                                                                                                                                        | 0,25                              | 0,25         |
| <b>Самостоятельная работа:</b><br>- написание реферата (Р);<br>- написание эссе (Э);<br>- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);<br>- подготовка к практическим занятиям;<br>- подготовка к рубежному контролю) | <b>73,75</b>                      | <b>73,75</b> |
| <b>Вид итогового контроля</b>                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>зачет</b>                      |              |

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре

| № раздела | Наименование разделов                                                           | Количество часов |                   |    |    |                |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------|----|----|----------------|
|           |                                                                                 | всего            | аудиторная работа |    |    | внеауд. работа |
|           |                                                                                 |                  | Л                 | ПЗ | ЛР |                |
| 1         | Правовые основы рекламной деятельности.                                         | 30               | 6                 | 6  | -  | 18             |
| 2         | Саморегулирование рекламной деятельности.                                       | 26               | 4                 | 4  | -  | 18             |
| 3         | Правовые основы и саморегулирование в сфере связей с общественностью.           | 26               | 4                 | 4  | -  | 18             |
| 4         | Этические нормы, критерии и правила в рекламе и PR. Общественное регулирование. | 26               | 4                 | 2  | -  | 20             |
|           | Итого:                                                                          | 108              | 18                | 16 |    | 74             |
|           | Всего:                                                                          | 108              | 18                | 16 |    | 74             |

### 4.2 Содержание разделов дисциплины

#### 1 Правовые основы рекламной деятельности.

Государство как основной субъект регулирования рекламной деятельности. Общеправовые основы рекламной деятельности. Федеральный Закон "О рекламе". Определение рекламы, меры,

предупреждающие распространение скрытой рекламы. Нормы, направленные на защиту несовершеннолетних в рекламе. Дополнительные требования к рекламе. Требования, предъявляемые к рекламе ряда товаров. Требования к содержанию рекламы лекарственных средств, медицинских услуг. Реклама продукции военного назначения, реклама финансовых услуг и ценных бумаг. Антимонопольный орган и его функции. Ответственность рекламодателя и рекламораспространителя за нарушение законодательства о рекламе. Закон РФ “О товарных знаках, знаках обслуживания и местах происхождения товаров”, Федеральный закон РФ “Об авторском праве и смежных правах”, Федеральный закон РФ “О конкуренции и ограничении монополистической деятельности”, Федеральный закон РФ «О средствах массовой информации». Защита интеллектуальной собственности.

## **2 Саморегулирование рекламной деятельности.**

Сущность саморегулирования в современной экономике и на рекламном рынке. Формы организации деятельности. Некоммерческие организации. Ассоциации, союзы, гильдии на рекламном рынке, их функции. Международная рекламная ассоциация - International Advertising Association (IAA). Российский рекламный кодекс. Международный кодекс рекламной практики. Федеральный закон РФ “О защите прав потребителей”.

Права потребителей на добросовестную и правдивую информацию об изготовителе товара, о товаре, его качестве и безопасности. Ответственность за нарушение этих прав потребителей. Проблема контрафакта.

## **3 Правовые основы и саморегулирование в сфере связей с общественностью.**

Правовое регулирование PR деятельности: российская и зарубежная практика. Правовое регулирование и координация выставочно-ярмарочной деятельности в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Органы саморегулирования в области связей с общественностью. Формы их деятельности и полномочия.

Саморегулирование в сфере PR деятельности. Ассоциации, союзы, гильдии в сфере связей с общественностью. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО), Ассоциация коммуникативных агентств России (АКАР), их функции и роль.

## **4. Этические нормы, критерии и правила в рекламе и PR. Общественное регулирование.**

Репутационный вред и основания для его возмещения в российском праве. Судебные средства защиты чести, достоинства и деловой репутации. Общественные движения за соблюдение этики в рекламе. Этические нормы, критерии и правила в рекламе. Значение традиций, общественных норм, морали, общественного мнения в регулировании рекламной деятельности. Проблема сексизма в рекламе.

### **4.3 Практические занятия (семинары)**

| № занятия | № раздела | Тема                                                                                                                                    | Кол-во часов |
|-----------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1         | 1         | Государство как основной субъект регулирования рекламной деятельности. Антимонопольный орган.                                           | 2            |
| 2         | 1         | Общеправовые основы рекламной деятельности. Федеральный Закон "О рекламе".                                                              | 2            |
| 3         | 2         | Саморегулирование рекламной деятельности: сущность и формы.                                                                             | 2            |
| 4         | 2         | Ассоциации, союзы, гильдии на рекламном рынке, их функции.                                                                              | 2            |
| 5         | 3         | Правовое регулирование PR деятельности: российская и зарубежная практика.                                                               | 2            |
| 6         | 3         | Саморегулирование в сфере PR деятельности. Ассоциации, союзы, гильдии в сфере связей с общественностью.                                 | 2            |
| 7         | 4         | Этические нормы, критерии и правила в рекламе и PR. Общественное регулирование                                                          | 2            |
| 8         | 4         | Значение традиций, общественных норм, морали, общественного мнения в регулировании рекламной деятельности. Проблема сексизма в рекламе. | 2            |
|           |           | Итого:                                                                                                                                  | 16           |

## 5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Основная литература

Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>

Дорский, А. Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью : учебное пособие / А. Ю. Дорский. - СПб : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2019. - 216 с. - ISBN 978-5-288-05937-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1080941>

### 5.2 Дополнительная литература

Баранов, Д. Е. PR: теория и практика : учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко ; под ред. М. А. Лукашенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Синергия, 2013. - 352 с. - (Университетская серия). - ISBN 978-5-4257-0091-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/451097>

Дударова, Б. О. Правовое регулирование рекламной деятельности : курс лекций / Б.О. Дударова, С.А. Пузыревский ; отв. ред. С.А. Пузыревский. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2014. — 256 с. - ISBN 978-5-91768-522-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/469894>

Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 512 с. - ISBN 978-5-394-03297-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091202>

Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook\_5c6ffedda58f78.54410213. - ISBN 978-5-16-013595-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1068921>

### 5.3 Периодические издания

PR в России: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»  
PR-диалог/Massmedia XXI век: журнал. - М. : АРЗИ  
PUBLISH/ Паблиш: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»  
Журналистика и медиарынок: журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА  
Маркетинг: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»  
Маркетинговые коммуникации: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»  
Советник: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»  
Пресс-служба. - М. : Агентство «Роспечать»  
Служба PR. - М. : Агентство «Роспечать»  
Рекламодатель: теория и практика. - М. : Агентство «Роспечать»

### 5.4 Интернет-ресурсы

<http://www.regnum.ru/> - сайт информационного агентства Regnum, новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире.

[http://www.courson.ru/course/filosofiya\\_prezentacii\\_kak\\_podgotovit\\_rasskaz\\_o\\_novom\\_produkte\\_686/](http://www.courson.ru/course/filosofiya_prezentacii_kak_podgotovit_rasskaz_o_novom_produkte_686/) Онлайн-видеокурс «Результативная бизнес-презентация 2.0» курс для тех, кто хочет проводить презентации с максимальным результатом, как подготовить и провести презентацию на любую тему.

<http://fas.gov.ru/> - сайт Федеральной антимонопольной службы РФ, актуальная информация о контроле выполнения рекламного законодательства, конкуренции в РФ.

<http://advertology.ru/> - новости рекламного и PR рынка, статьи, репортажи, актуальная информация о правовых аспектах рекламной деятельности.

<http://www.prnews.ru/> - сайт компании PR News – лидера в области исследования компаний, мониторинг СМИ, медианалитика, коммуникационные исследования.

<http://www.raso.ru/> - сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью.

<http://www.eaeunion.org/> - интернет-портал Евразийского экономического Союза (ЕАЭС), официальная информация, органы управления, актуальные события.

<http://www.rbc.ru/> - журнал, телеканал «РосБизнесКонсалтинг (РБК)», аналитические статьи, передачи, актуальная экономическая и политическая информация.

## **5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий**

### **Лицензионное программное обеспечение**

Операционная система MicrosoftWindows

Пакет настольных приложений MicrosoftOffice (Word, PowerPoint)

Инструментальные средства для распознавания текста: ABBYY FineReader

Издательская система для верстки и предпечатной подготовки разных публикаций AdobePageMaker 7.0.2

### **Свободное программное обеспечение**

#### **1. Служебное и офисное ПО:**

- Свободный пакет офисных приложений ApacheOpenOffice. Предоставляется по лицензии ApacheLicense 2.0. Разработчик: ApacheSoftwareFoundation. Режим доступа: <http://www.openoffice.org/ru/>.

- Кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом LibreOffice. Предоставляется по лицензии LGPLv3 и MozillaPublicLicense. Разработчик: TheDocumentFoundation. Режим доступа: <https://www.libreoffice.org/>.

- Бесплатное средство просмотра файлов PDF AdobeReader. Доступна бесплатно после принятия условий лицензионного соглашения на ПО Adobe. Разработчик: AdobeSystems. Режим доступа: <https://get.adobe.com/ru/reader/>.

- Свободный файловый архиватор 7-Zip. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Игорь Павлов. Режим доступа: <http://www.7-zip.org/>.

#### **2. Графические редакторы, издательские системы:**

- Свободный, профессиональный пакет для создания трёхмерной компьютерной графики Blender. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: BlenderFoundation. Режим доступа: <https://www.blender.org/download/>.

- Свободно распространяемый растровый графический редактор GIMP (GNU ImageManipulationProgram). Предоставляется по лицензии GNU LGPLv3. Авторы: Питер Маттис и Спенсер Кимбелл. Разработчики: GNOME Foundation. Режим доступа: <https://www.gimp.org/downloads/>.

Pro Quest Dissertations&ThesesA&I [Электронный ресурс] : база данных диссертаций. – Режим доступа : <https://search.proquest.com/> в локальной сети ОГУ.

Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition [2017–2022].

## **6 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.