

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКЛАМЫ и СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(Б1.В.ДВ.7.1)

Правовое обеспечение РСО

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

Ст.преподаватель кафедры ПНиТ А. Ю. Марусов

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

2. План курса:

Тема 1. Правовые аспекты в рекламной деятельности и PR

Связи с общественностью и реклама как деятельность по обмену информацией. Информация как особый объект правового и государственного регулирования. Права и ограничения в информационной сфере. Правовые риски при сборе и распространении информации. Ответственность организации и ее сотрудников в информационной сфере.

Тема 2. Российское законодательство об информации

История законодательного регулирования оборота информации в СССР и России. Конституция РФ и права человека в информационной среде. Закон об информации и информационных технологиях как основа регулирования информационной сферы. Законодательство о СМИ и рекламе. Законодательное регулирование избирательных компаний. Правовые акты, устанавливающие ответственность за информационные правонарушения.

Тема 3. Государственный контроль в информационной сфере

Функции, направления и механизмы контролирующей деятельности Роскомнадзора. Федеральная антимонопольная служба и контроль в сфере рекламы. Надзорная функция Прокуратуры в информационной среде. Деятельность правоохранительных органов по выявлению и предотвращению информационных преступлений. Участники и стадии привлечения к ответственности за информационные правонарушения.

Тема 4. Правовое регулирование рекламной деятельности

Эволюция рекламного законодательства РФ. Общие принципы регулирования рекламы. Общие требования к рекламе. Недобросовестная реклама. Недостоверная реклама. Особенности регулирования различных форматов рекламы. Специальные требования к рекламе отдельных категорий товаров и услуг. Разграничение сфер ответственности между рекламодателем, рекламораспространителем и рекламопроизводителем. Формы ответственности за нарушения рекламного законодательства.

Тема 5. Правовое положение средств массовой информации

Понятие средства массовой информации. Взаимоотношения редакции и учредителя СМИ. Правовой статус главного редактора и журналистов.

Сущность аккредитации и журналистского запроса. Регистрация СМИ. Специальные требования к отдельным видам СМИ. Права и обязанности журналистов. Злоупотребления свободой массовой информации. Ответственность за нарушения законодательства о СМИ и основания для освобождения от нее.

Тема 6. Законность в избирательных компаниях

Законодательные требования к предвыборной агитации. Агитации в СМИ. Правовые особенности освещения выборов. Опросы избирателей. «День тишины».

Тема 7. Правовой режим Интернет-сайтов, блогов и социальных сетей

Понятия «владелец» и «администратор» сайта. Деятельность регистратора домена и хостинг-провайдера. Запрещенная к распространению в РФ информация. Внесение в реестр запрещенных сайтов и блокировка ресурсов. Домен как объект прав. Поисковые системы и агрегаторы: особенности правового режима. «Право на забвение». Страницы в соцсетях и мессенджеры.

Тема 8. Основы защиты интеллектуальной собственности и нематериальных благ. Коммерческая и служебная тайна.

Объекты авторских прав и их защита. Авторские права при производстве рекламы. Товарные знаки и защита брендов. Ноу-хау и режим коммерческой тайны. Виды служебных тайн: банковская, адвокатская, врачебная и т.д.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Правовые аспекты рекламной деятельности и PR	
Тема 2	Российское законодательство об информации	Устный опрос
Тема 3	Государственный контроль в информационной сфере	Тестирование
Тема 4	Правовое регулирование рекламной деятельности	Написание контрольной работы
Тема 5	Правовое положение средств массовой информации	Выступления с докладами
Тема 6	Законность в избирательных компаниях	Устный опрос
Тема 7	Правовой режим Интернет-сайтов, блогов и социальных сетей	Выступления с докладами

Тема 8	Основы защиты интеллектуальной собственности и нематериальных благ. Коммерческая и служебная тайна.	Выступления с докладами
--------	---	-------------------------

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

4. Основная литература

- Востряков Л. Е., Чимаров С. Ю., Ястребова Е. Ю. Правовой статус СМИ и правовое обеспечение связей с общественностью: учеб. пособие. СПб.: Издательство СЗИ РАНХиГС, 2012. – 239 с.
- Минбалеев А.В. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие/ Минбалеев А.В. – М.: Юриспруденция, 2012.— 223 с. — То же [Электронный ресурс]. — Электрон. текстовые данные.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8056>.— ЭБС «IPRbooks», требуется авторизация.
- Рассолов, И. М. Информационное право: учеб. для бакалавров / И. М. Рассолов, С. Г. Чубукова, А. А. Суворов ; отв. ред. И. М. Рассолов. – М.: Проспект, 2015. – 350 с.
- Тульсанова, О. Л., Дорский, А. Ю. Этическое и правовое регулирование связей с общественностью и рекламы. Часть 2: Учеб. пособие / О.Л. Тульсанова, А.Ю. Дорский. – СПб.: Роза мира, 2008. – 213 с.