

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Кафедра менеджмента

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА
адаптированная для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями
здоровья

«Реклама и связи с общественностью в публичной и частной сферах»

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Правовое регулирование в связях с общественностью и рекламе
Б1.О.23

краткое наименование дисциплины – ПР РСО

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

формы обучения: очная, заочная

Год набора 2023

Новосибирск, 2022

Авторы – составители:

доцент кафедры менеджмента
доцент кафедры менеджмента
преподаватель кафедры менеджмента
доцент кафедры менеджмента
заведующий кафедрой менеджмента
доцент кафедры менеджмента

Белая Елена Александровна
Бондаренко Ирина Викторовна
Иванова Марина Владимировна
Матюнин Владимир Михайлович
Симагина Ольга Владимировна
Филиппов Дмитрий Викторович

Цель освоения дисциплины:

Сформировать у студентов компетенции

УК ОС - 10 Способен демонстрировать и формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

ОПК - 5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

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.

Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

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

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена в виде устного/письменного ответа на вопросы.

Основная литература:

1. 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.
2. 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.

3. 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.

4. 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.