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

Институт общественных наук

Кафедра правоведения и практической юриспруденции

УТВЕРЖДЕНА
Кафедрой правоведения
и практической юриспруденции
Протокол от «12» октября 2018 г. № 7

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.17.10 Правовые и этические аспекты регулирования медиа и рекламы в некоммерческом секторе
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Реклама и связи с общественностью (Liberal Arts)
направленность (профиль)

бакалавр
(квалификация)

очная
(форма обучения)

Год набора - 2019

Москва, 2019 г.

Автор–составитель:

Преподаватель кафедры правоведения и практической юриспруденции — Бабанская М.И.

(ученое звание, ученая степень, *должность) (наименование кафедры)* *(Ф.И.О.)*

заведующий кафедрой правоведения и практической юриспруденции, к.ю.н. — Мореева С.Н.

(наименование кафедры) (ученое звание, ученая степень,) *(Ф.И.О.)*

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание и структура дисциплины

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

6.2. Дополнительная литература

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

6.4. Нормативные правовые документы

6.5. Интернет-ресурсы

6.6. Иные источники

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.17.10 «Правовые и этические аспекты регулирования медиа и рекламы в некоммерческом секторе» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код Компетенции	Наименование Компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
СК ОС LA-16	способность под руководством планировать, реализовывать и оценивать проекты в области филантропии и социального предпринимательства, а также сотрудничать в подобных проектах в рамках своей профессиональной деятельности	СК ОС LA-16.3	Закрепление полученных ранее навыков, проектирование собственного социально значимого проекта, формирование знаний в области правового и этического регулирования медиа и рекламы, финансового и налогового планирования

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
СК ОС LA-16.3	на уровне знаний: знать основные понятия, принципы, содержание и источники права медиа коммуникаций и рекламы, а также информационного права, в том числе особенности содержания правовых отношений в секторе НКО.
	на уровне умений: способность применять нормы законодательства об информации, СМИ и рекламе.
	на уровне навыков: анализ основных источников информационного права, права о СМИ и рекламе, а также судебных актов.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Объем дисциплины по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. т.е. 72 ак.ч./54 аст.ч, в том числе 28 ак.ч./21 аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 44 ак.ч./33 аст.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

— Б1.В.ДВ.17.10 «Правовые и этические аспекты регулирования медиа и рекламы в некоммерческом секторе», 4 курс, 7 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом;

— дисциплина опирается на теоретические и конкретно-исторические знания, умения и навыки, полученные в результате освоения ряда дисциплин основной образовательной программы.

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.			Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий	СР	

			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Правовой режим информации: виды, источники, особенности регулирования, правила распространения	10/7,5			4/3		6/4,5	О, РК
Тема 2	Средства массовой информации: понятие, источники, особенности правового регулирования	8/6			4/3		4/3	О, РК
Тема 3	Защита детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию	6/4,5			2/1,5		4/3	О, РК
Тема 4	Этические нормы при распространении информации	6/4,5			2/1,5		4/3	О, РК
Тема 5	Защита чести и достоинства. Неприкосновенность частной жизни	6/4,5			2/1,5		4/3	О, РК
Тема 6	Правовое регулирование рекламной деятельности	8/6			4/3		4/3	О, РК
Тема 7	Правовой режим интеллектуальной собственности	10/7,5			4/3		6/4,5	О, РК
Тема 8	Правовая охрана средств индивидуализации товара, работ, услуг, участников рекламного рынка	6/4,5			2/1,5		4/3	О, РК
Тема 9	Интернет и его правовое регулирование	6/4,5			2/1,5		4/3	О, РК
Тема 10	Распространение информации о деятельности НКО	6/4,5			2/1,5		4/3	О, РК
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72/54			28/21		44/33	

Примечание:
*** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), разбор кейсов (РК).*

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)

Тема 1	Правовой режим информации: виды, источники, особенности регулирования, правила распространения	Понятие информационного права. Источники информационного права (международные и внутренние). Свобода мысли и слова – значение принципа. Субъекты правоотношений. Виды и режимы информации: массовая, ограниченного доступа, запрещенная к распространению. Понятие свободы массовой информации. Право на информацию. Доступ к информации и порядок ее получения. Ответственность за непредоставление информации. Гласность судопроизводства. Государственная тайна. Коммерческая тайна. Конфиденциальная информация. Цензура.
Тема 2	Средства массовой информации: понятие, источники, особенности правового регулирования	Понятие и особенности регулирования СМИ. Учреждение, регистрация и лицензирование СМИ. Права и обязанности журналиста. Злоупотребление свободой массовой информации. Организация деятельности редакции. Редакционный устав, содержание и процедура его принятия. Деятельность медиа в предвыборный период.
Тема 3	Защита детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию	Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Полномочия Роскомнадзора. Зарубежные практики. Правовые и этические нормы распространения информации о детях.
Тема 4	Этические нормы при распространении информации	Источники этических норм. Кодексы профессиональной этики. Кодекс этики журналиста. Внутренние кодексы этики НКО, СМИ и других субъектов информационных правоотношений.
Тема 5	Защита чести и достоинства. Неприкосновенность частной жизни	Защита от посягательств на честь, достоинство и репутацию. Опровержение и ответ, порядок их распространения. Понятие морального вреда. Сложности рассмотрения в судах гражданских исков о защите чести и достоинства. Защита деловой репутации. Клевета и оскорбление. Административная, гражданская и уголовная ответственность. Освобождение от ответственности. Гарантии неприкосновенности частной жизни. Защита персональных данных физических лиц. Право на изображение. Режим информации государственных служащих.
Тема 6	Правовое регулирование рекламной деятельности	Понятие и признаки рекламы. Запрет недобросовестной и недостоверной рекламы. Скрытая реклама. Ограничения на рекламу определенных продуктов. Субъекты рекламных правоотношений, их права и обязанности. Государственный регулятор в сфере рекламы. Защита интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы. Спонсорство и реклама. Особенности социальной рекламы.
Тема 7	Правовой режим интеллектуальной собственности	Понятие и сущность интеллектуальной собственности. Авторское право: предмет и субъекты. Неимущественные права и исключительное право авторов: сроки и содержание. Договоры отчуждения и передачи авторских прав. Специфика авторских прав на отдельные произведения: авторское право на интервью, новостное сообщение, служебные произведения. Смежные права. Способы защиты авторских и смежных прав. Авторские и смежные права в интернете.
Тема 8	Правовая охрана средств	Понятие средств индивидуализации. Способы защиты.

	индивидуализации товара, работ, услуг, участников рекламного рынка	Регистрация. Ответственность за нарушение режима правовой охраны средств индивидуализации. Сбор доказательств.
Тема 9	Интернет и его правовое регулирование	Распространение информации в Интернете: «блокировки», «лайки», «репосты». Блогеры и их правовой статус. Права Роскомнадзора в отношении
Тема 10	Распространение информации о деятельности НКО	Режимы информации НКО. Особенности подготовки публичной отчетности. Анонимные доноры. Распространение информации о получателях услуг НКО. Этические вопросы освещения деятельности НКО.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.17.10 «Правовые и этические аспекты регулирования медиа и рекламы в некоммерческом секторе» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

— при проведении занятий лекционного типа:

Занятия лекционного типа по данной дисциплине не предусмотрены.

— при проведении занятий семинарского типа:

Контроль посещаемости, разбор кейсов, опросы.

Текущая аттестация проводится в форме опроса и контрольных мероприятий (*опросы, практические и контрольные задания*) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

— учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
— степень усвоения теоретических знаний;
— уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
— результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по выполнениям практических и контрольных заданий, прохождении опросов и тестирований.

4.1.2. Экзамен (зачет) проводится с применением следующих методов (средств):

Устный зачет, состоящий из ответов на вопросы

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Типовые оценочные материалы по теме 1:

Опрос, разбор кейсов и анализ судебной практики по следующим вопросам:
Понятие информационного права. Источники информационного права (международные и внутренние). Свобода мысли и слова – значение принципа. Субъекты правоотношений. Виды и режимы информации: массовая, ограниченного доступа, запрещенная к распространению. Понятие свободы массовой информации. Право на информацию. Доступ к информации и порядок ее получения. Ответственность за непредоставление информации. Гласность судопроизводства. Государственная тайна. Коммерческая тайна. Конфиденциальная информация. Цензура.

Типовые оценочные материалы по теме 2:

Опрос, разбор кейсов и анализ судебной практики по следующим вопросам:

Понятие и особенности регулирования СМИ. Учреждение, регистрация и лицензирование СМИ. Права и обязанности журналиста. Злоупотребление свободой массовой информации. Организация деятельности редакции. Редакционный устав, содержание и процедура его принятия. Деятельность

медиа в предвыборный период.

Типовые оценочные материалы по теме 3:

Опрос, разбор кейсов и анализ судебной практики по следующим вопросам:

Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Полномочия Роскомнадзора. Зарубежные практики. Правовые и этические нормы распространения информации о детях.

Типовые оценочные материалы по теме 4:

Опрос, разбор кейсов и анализ судебной практики по следующим вопросам:

Источники этических норм. Кодексы профессиональной этики. Кодекс этики журналиста. Внутренние кодексы этики НКО, СМИ и других субъектов информационных правоотношений.

Типовые оценочные материалы по теме 5:

Опрос, разбор кейсов и анализ судебной практики по следующим вопросам:

Защита от посягательств на честь, достоинство и репутацию. Опровержение и ответ, порядок их распространения. Понятие морального вреда. Сложности рассмотрения в судах гражданских исков о защите чести и достоинства. Защита деловой репутации. Клевета и оскорбление. Административная, гражданская и уголовная ответственность. Освобождение от ответственности. Гарантии неприкосновенности частной жизни. Защита персональных данных физических лиц. Право на изображение. Режим информации государственных служащих.

Типовые оценочные материалы по теме 6:

Опрос, разбор кейсов и анализ судебной практики по следующим вопросам:

Понятие и признаки рекламы. Запрет недобросовестной и недостоверной рекламы. Скрытая реклама. Ограничения на рекламу определенных продуктов. Субъекты рекламных правоотношений, их права и обязанности. Государственный регулятор в сфере рекламы. Защита интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы. Спонсорство и реклама. Особенности социальной рекламы.

Типовые оценочные материалы по теме 7:

Опрос, разбор кейсов и анализ судебной практики по следующим вопросам:

Понятие и сущность интеллектуальной собственности. Авторское право: предмет и субъекты. Неимущественные права и исключительное право авторов: сроки и содержание. Договоры отчуждения и передачи авторских прав. Специфика авторских прав на отдельные произведения: авторское право на интервью, новостное сообщение, служебные произведения. Смежные права. Способы защиты авторских и смежных прав. Авторские и смежные права в интернете.

Типовые оценочные материалы по теме 8:

Опрос, разбор кейсов и анализ судебной практики по следующим вопросам:

Понятие средств индивидуализации. Способы защиты. Регистрация. Ответственность за нарушение режима правовой охраны средств индивидуализации. Сбор доказательств.

Типовые оценочные материалы по теме 9:

Опрос, разбор кейсов и анализ судебной практики по следующим вопросам:

Распространение информации в Интернете: «блокировки», «лайки», «репосты». Блогеры и их правовой статус. Права Роскомнадзора в отношении.

Типовые оценочные материалы по теме 10:

Опрос, разбор кейсов и анализ судебной практики по следующим вопросам:

Режимы информации НКО. Особенности подготовки публичной отчетности. Анонимные доноры. Распространение информации о получателях услуг НКО. Этические вопросы освещения деятельности НКО.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код Компетенции	Наименование Компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
СК ОС LA-16	способность под руководством планировать, реализовывать и оценивать проекты в области филантропии и социального предпринимательства, а также сотрудничать в подобных проектах в рамках своей профессиональной деятельности	СК ОС LA-16.3	Закрепление полученных ранее навыков, проектирование собственного социально значимого проекта, формирование знаний в области правового и этического регулирования медиа и рекламы, финансового и налогового планирования.

Этап компетенции	Показатели Оценивания	Критерии оценивания
3 этап (код этапа: СК ОС LA-16.3) закрепление полученных ранее навыков, проектирование собственного социально значимого проекта, формирование знаний в области правового и этического регулирования медиа и рекламы, финансового и налогового планирования.	Способность спроектировать собственный социально значимый проект, знание основ права и этики в области регулирования медиа и рекламы, понимание принципов финансового и налогового планирования и умение применить их при составлении собственного проекта.	Продуманность, экономическая осуществимость, потенциальная реализуемость подготовленного проекта, его соответствие правовым и этическим нормам и соответствие поставленной цели, умение применить н практике полученные знания в области коммуникационных и маркетинговых стратегий, права, а также финансового и налогового планирования.

4.3.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Устный зачет, состоящий из ответов на вопросы

4.3.3 Типовые оценочные средства

Примерные вопросы для зачета:

1. Структура и состав информационного законодательства.
2. Информация как объект права.
3. Система государственного управления в сфере массовой информации.
4. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации».
5. Закон РФ «О средствах массовой информации» о правовом положении СМИ.
6. Закон РФ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».
7. Свобода информации и ответственность журналистов.
8. Регистрация СМИ.
9. Классификация видов тайн по российскому законодательству.
10. Полномочия журналиста при сборе информации.
11. Юридические аспекты распространения информации о частной жизни граждан.

12. Правовой статус редакции, учредителя и издателя.
13. Профессиональные права и обязанности журналистов.
14. Защита чести, достоинства и деловой репутации.
15. Уголовное судопроизводство и СМИ.
16. Правовые аспекты распространения массовой информации.
17. Регулирование рекламной деятельности в России.
18. Закон РФ «О средствах массовой информации»: структура и содержание.
19. Право на информацию и обеспечение доступа к информации.
20. Юридическое понятие и регистрация СМИ.
21. Уставные и учредительные документы редакции.
22. Прекращение и приостановление деятельности СМИ: основания и юридические последствия.
23. Отношения СМИ с гражданами и организациями.
24. Право редакции на запрос информации.
25. Права и обязанности журналиста.
26. Виды тайн по российскому законодательству.
27. Свобода массовой информации.
28. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации».
29. Законодательное регулирование рекламной деятельности.
30. Порядок распространения массовой информации.
31. Конфиденциальная информация в журналистике.
32. Авторские произведения и письма.
33. Обязательные сообщения.
34. Право на опровержение.
35. Право на ответ.
36. Административные правонарушения в области информации.
37. Конституционные нормы в сфере массовой информации.
38. Федеральные органы контроля за соблюдением законодательства о СМИ.
39. Виды тайн, охраняемые законом.
40. Предмет, объект и субъекты авторского права.
41. Взаимоотношения законодательных, исполнительных, судебных органов власти и средств массовой информации.
42. Журналист в условиях особых правовых режимов и вооруженных конфликтов.
43. Предмет правового статуса средств массовой коммуникации и правового обеспечения связей с общественностью.
44. Характеристика свойств информации как объекта правового регулирования. 16. Формы информации.
45. Доктрина информационной безопасности РФ о национальных интересах государства в информационной сфере и их обеспечение.
46. Доктрина информационной безопасности РФ о видах угроз информационной безопасности и государства.
47. Процедура регистрации и лицензирования средства массовой информации.
48. Организационные формы взаимодействия организации (фирмы) с журналистами.
49. Характеристика обязательных и факультативных элементов фирменного наименования.
50. Соотношение понятий «бренд», «торговая марка», «товарный знак», «доменное имя», «коллективный товарный знак».
51. Основные пути защиты гражданских прав от незаконного использования товарного знака.
52. Характеристика четырех обязательных признаков рекламы.
53. Общие правовые требования к рекламе.
54. Правовой режим социальной рекламы.
55. Специальные правовые требования к рекламе.
56. Ненадлежащая реклама. Основные виды ненадлежащей рекламы.
57. Полномочия Министерства культуры и массовых коммуникаций Российской Федерации в области регулирования деятельности средств массовой информации.

58. Полномочия Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.
59. Полномочия Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям в области регулирования деятельности средств массовой информации.
60. Порядок предоставления сведений о деятельности государственных органов и организаций в редакцию средства массовой информации.
61. Защита личных данных и частной жизни в сети Интернет.
62. Интернет и средства массовой информации.
63. Этические нормы при распространении информации.
64. Дети и информация.
65. Порядок сбора и распространения фотоматериала.

Шкала оценивания

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются:
«зачет» - положительный результат,
«незачет» - неудовлетворительно, зачет не сдан.
Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

«Зачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-100%
«Незачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

4.4. Методические материалы

Текущий контроль осуществляется с целью мониторинга актуальной ситуации подготовки студентов к этапу промежуточного контроля. Текущий контроль осуществляется в формах: контроля посещаемости, ответов на практических занятиях, диспутах, разбора кейсов, выполнении различных контрольных заданий (включая тестовые). Преподаватель отслеживает текущую ситуацию по указанным формам текущего контроля и выносит студентам рекомендации для улучшения качества подготовки к промежуточному контролю.

Промежуточный контроль по курсу осуществляется в форме зачета.

На усмотрение преподавателя зачет проводится в форме устного ответа, либо при сочетании устного ответа и предварительной подготовки и защиты на зачете письменной работы (творческой работы, эссе - на усмотрение преподавателя). При проведении зачета в два этапа результаты письменного и устного этапов зачета суммируется и выводится среднее арифметическое, переводимое в оценку по 5-балльной шкале, которое в последствии переводится в оценку в формате «зачтено / не зачтено» («зачтено» - 5,4,3; «не зачтено» - 2), отражаемую в зачетной книжке и ведомости. При проведении зачета в устной форме оценка выставляется на основании устного ответа студента.

При проведении зачета все студенты заходят в аудиторию одновременно, для подготовки получают билет, либо набор вопросов от преподавателя, выбранных случайным образом. Время подготовки ответа при сдаче зачета в устной форме составляет не менее 30 минут (по желанию студента ответ может быть досрочным). При подготовке к устному зачету студент ведет записи в листе устного ответа. При проведении зачета не допускается наличие у студентов посторонних предметов и технических устройств, способных затруднить (сделать невозможной) объективную оценку результатов аттестации, в том числе в части самостоятельности выполнения задания (ответа на вопрос) зачета. Студенты, нарушающие правила поведения при проведении зачета, могут быть незамедлительно удалены из аудитории.

Высокий уровень успеваемости, выявленный по итогам текущего контроля в семестре, может являться основанием для освобождения студента от сдачи зачета (при его согласии). Высокой является успеваемость только соответствующий оценкам «отлично», или «хорошо» и «отлично» в течение семестра.

5.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В ходе освоения дисциплины студенты индивидуально и в группах выполняют письменные и устные задания преподавателя. Во время занятий студенты должны активно участвовать в дискуссиях и разборе кейсов. Они должны выполнять промежуточные контрольные задания, направленные на проверку усвоения теоретической части дисциплины. Итоговая оценка зависит от активной устной работы на занятиях и качественного выполнения контрольных работ.

Обучение по дисциплине предполагает изучение курса на аудиторных практических занятиях и самостоятельной работы студентов. Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий, в виде подготовки эссе, докладов, диспута, опроса.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте учебные материалы, относящиеся к данному занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям (см. п. 6.1. ниже); по возможности, изучите дополнительные источники, указанные в п. 6.2. и 6.6. ниже;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя или самостоятельно;
- если иное специально не оговорено преподавателем, готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечня знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Доклад предполагает чёткое определение темы, связанной с научной проблемой. Преподаватель оценивает, насколько подготовленное студентом выступление отвечает заявленной им теме. Текст доклада должен иметь стройную композицию, должен быть хорошо структурирован, для чего студент должен уметь строить выступление по заранее определённому плану. Оценивается свободное владение текстом, умение строить устное высказывание, а не зачитывать текст по листу. Допускается только чтение цитат из научных источников или примеров. Студент должен выделить в своём выступлении основные положения, которые надо сформулировать в виде тезисов и продиктовать коллегам. Отдельно оценивается не только содержание доклада, но и форма его подачи: умение устанавливать контакт с аудиторией, умение улавливать реакцию слушателей, получать обратную связь, отвечать на возникающие вопросы. Доклад предполагает жёсткий хронометраж (по предварительной договорённости с преподавателем - до 10 минут). Необходимо обязательно уложиться в установленное время, успев сделать вывод (заключение). Материал может требовать дополнительных иллюстраций: схем, таблиц, небольших рисунков, которые можно разместить в презентации.

Подготовка к зачету

К зачёту необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

6.Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1 Основная литература.

1. Бачило, И. Л. Информационное право : учебник для академического бакалавриата / И. Л. Бачило. — 5-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. https://biblio-online.ru/book/informacionnoe-pravo-412479
2. Организационное и правовое обеспечение информационной безопасности : учебник и практикум для СПО / Т. А. Полякова, А. А. Стрельцов, С. Г. Чубукова, В. А. Ниесов ; отв. ред. Т. А. Полякова, А. А. Стрельцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. https://biblio-online.ru/book/organizacionnoe-i-pravovoe-obespechenie-informacionnoy-bezopasnosti-414389

6.2 Дополнительная литература и интернет-ресурсы

3. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. М., 2002. https://e.lanbook.com/book/10203#authors
4. Лекции по основам правовых знаний для журналистов. Под ред. Г.В. Винокурова, А.Г. Рихтера и В.В. Чернышова, М. 2009.
5. В.А. Тимошенко, А.Б. Смушкин. Комментарий к закону РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации». М., 2015.
6. Свиридова Е.А. Правовое регулирование рекламы. М.:ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2009.
7. Бадалов Д.С., Василенкова И.И., Карташов Н.Н., Котов С.Ф., Никитина Т.Е. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе». М., 2012.
8. Копытин Д.А. «Правовое регулирование рекламного рынка. Предпринимательско-правовой аспект: Монография» . М., 2010г.
9. Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право. Кн. 3: Договоры о выполнении работ и оказании услуг. М., 2007.
10. Евстафьев В.А. Журналистика и реклама: основы взаимодействия (опыт теоретического исследования). М., 2001.
11. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама: теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов. М., 2008.
12. Свердлык Г.А., Нечуй-Ветер В.Л. Основные вопросы обязательств по оказанию рекламных услуг: Учеб. пособие. М., 2002.
13. Разъяснения о соотношении норм Федерального закона «О рекламе» и статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции»
14. (http://www.fas.gov.ru/netcat_files/232/180/h_83a946c5ca049d470cef45b26b18780b)
15. Бадалов Д.С., Василенкова И.И., Карташов Н.Н., Котов С.Ф., Никитина Т.Е. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе». М., 2012.
16. Шариков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие. М., 2011.
17. Страунинг Э.Л. Пробелы в правовом регулировании рекламной деятельности в свете нового Закона»О рекламе»// Юридический мир. N 7. 2008.
18. Международный кодекс рекламной деятельности
19. Дюдина П.А. Политическая реклама: цели и средства (к проблеме конституционно-правового регулирования)// Реклама и право. 2008. N 2
20. Мыльников В.В. Проблемы понятия «политическая реклама» и некоторые подходы к его законодательному определению// Реклама и право. 2008. N 2.
21. Бузин А.Ю. Проблемы правового регулирования предвыборной агитации// Конституционное и муниципальное право. 2009. N 3.
22. Малеина М.Н. Правовые аспекты политической рекламы // Государство и право. - 1994. N 10. С. 154.
23. Пальцева Е.С. Допустимые ограничения свободы слова во время избирательных кампаний с целью защиты чести, достоинства кандидата//Конституционное и муниципальное право. 2009. N 12.

24. Митин Г.Н. Особенности правового регулирования наименования избирательного объединения и его отображения// Конституционное и муниципальное право. 2010. N 3.

6.3 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211). http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf

6.4 Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации;
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ;
3. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
4. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»;
5. Федеральный закон от 04.05.2011 г. № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»;
6. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;
7. Федеральный закон от 25.07.2002 № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности»;
8. Федеральный закон от 11.07.2001 № 95-ФЗ «О политических партиях»
9. Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»
10. Федеральный закон от 10.01.2003 № 19-ФЗ «О выборах Президента Российской Федерации»
11. Федеральный закон от 18.05.2005 № 51-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации»
12. Федеральный закон от 12.05.2009 № 95-ФЗ «О гарантиях равенства парламентских партий при освещении их деятельности государственными общедоступными телеканалами и радиоканалами»
13. Федеральный закон от 13.01.1995 № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации»
14. Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля»
15. Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»Федеральный закон от 29.12.1994 № 77-ФЗ «Об обязательном экземпляре документов»
16. Кодекс об административных правонарушениях РФ от 30.12.2001 N 195-ФЗ с послед. изм
17. Федеральный от 29 декабря 2010 года закон №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».
18. Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» от 22.11.1995 г. с изм. от 28.07.2012 г.
19. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. с изм от 28 июля 2012 г. N 135-ФЗ «О защите конкуренции»
20. Федеральный закон от 11.08.1995 № 135 –ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях»
21. Письмо Минэкономразвития РФ от 24.10.2008 N Д05-4618 «Об установке рекламной конструкции»
22. Письмо ФАС РФ от 19.05.2006 N АК/7654 «Об особенностях отдельных способов распространения рекламы»
23. Постановление Правительства Москвы от 25.10. 2005 г. № 845 –ПП «О городской целевой программе развития наружной рекламы, информации и оформления города Москвы на 2005-2007 гг.»

24. Постановление Конституционного Суда РФ от 04.03.1997 N 4-П "По делу о проверке конституционности статьи 3 Федерального закона от 18 июля 1995 года «О рекламе».
25. Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 N 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе»
26. Указ Президента Российской Федерации от 24 июня 2009 года № 715 «Об общероссийских обязательных общедоступных телеканалах и радиоканалах»
27. Постановление Правительства Российской Федерации от 26 июня 1999 г. № 698 «О проведении конкурсов на получение права на наземное эфирное телерадиовещание, а также на разработку и освоение нового радиочастотного канала для целей телерадиовещания»
28. Постановление Правительства Российской Федерации от 07.12.1994 № 1359 «О лицензировании телевизионного вещания, радиовещания и деятельности по связи в области телевизионного и радиовещания в Российской Федерации»
29. Постановление Правительства Российской Федерации от 05.03.2011 № 150 «О порядке подтверждения полномочий плательщиков страховых взносов в государственные внебюджетные фонды по производству, выпуску в свет (в эфир) и (или) изданию средств массовой информации, а также ведения реестра указанных плательщиков страховых взносов и передачи его в органы контроля за уплатой страховых взносов»
30. Распоряжение Правительства от 06.10.2011 № 1752-р «Об утверждения перечня документов, прилагаемых заявителем к заявлению о регистрации средства массовой информации»
31. Приказ Министерства культуры и массовых коммуникаций Российской Федерации от 30.07.2004 № 27 «О Регламенте работы Федеральной конкурсной комиссии по телерадиовещанию и о составе Федеральной конкурсной комиссии по телерадиовещанию»
32. Приказ Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 23.07.2008 № 18 «Об утверждении положения о Федеральной конкурсной комиссии по телерадиовещанию»
33. Приказ Роскомнадзора от 19.08.2009 № 409 «Об утверждении перечня государственных общественных телеканалов и радиоканалов, которые осуществляют освещение деятельности парламентских партий»
34. Приказ Роскомнадзора от 22 марта 2011 г. № 191 «Об утверждении формы заявления на подтверждение полномочий плательщиков страховых взносов в государственные внебюджетные фонды – российских организаций и индивидуальных предпринимателей по производству, выпуску в свет (в эфир) и (или) изданию средств массовой информации»
35. Постановление Конституционного Суда РФ от 30.10.2003 № 15-П «По делу о проверке конституционности отдельных положений Федерального закона "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации" в связи с запросом группы депутатов Государственной Думы и жалобами граждан С.А. Бунтмана, К.А. Катаняна и К.С. Рожкова»
36. Определение Конституционного Суда РФ от 01.03.2010 № 323-О-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Ускова Антона Игоревича на нарушение его конституционных прав частью первой статьи 46 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации» и пунктом 3 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации»
37. Определение Конституционного Суда РФ от 09.11.2010 № 1483-О-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Снитко Юрия Николаевича на нарушение его конституционных прав положением части второй статьи 42 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»
38. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 15.06.2010 № 16 «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации».

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий.
Аудитории с компьютерным и проекционным оборудованием для демонстрации презентаций.

Требования к программному обеспечению общего пользования.
Необходимы проектор и ноутбук для демонстрации презентаций, а также устойчивый источник интернета для пользования сервисами онлайн-библиотек.