

ОСНОВЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Цель освоения дисциплины

Изучение основ и специфики правового регулирования рекламно-информационной деятельности, обучение студентов теоретическим знаниям и практическим навыкам правового регулирования отношений, возникающих между субъектами в процессе осуществления рекламно-информационной деятельности, а также правового регулирования сервиса при оказании услуг потребителю.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Основы правового регулирования рекламно-информационной деятельности» относится к базовой части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Основы правового регулирования рекламно-информационной деятельности» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Безопасность жизнедеятельности», «Правоведение», прохождения практики «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (коммуникационная)».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Коммуникационный менеджмент», «Организация и проведение коммуникационной кампании», «Связи с общественностью и организационная культура».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основные понятия курса и уметь ими оперировать; правовые аспекты регулирования рекламно-информационной деятельности;
- содержание и особенности правового регулирования рекламно-информационной деятельности;
- иметь представление об основных нормативных актах, регулирующих отношения, возникающие в сфере рекламно-информационной деятельности и защите прав потребителей;
- о субъектах рекламно-информационной деятельности и об их правосубъектности; традиции и новации в изучении правового регулирования рекламно-информационной деятельности;
- основные виды законодательных источников по изучаемой теме;
- о специфике отечественного и зарубежного опыта правового регулирования рекламно-информационной деятельности;
- основные правовые нормы, касающиеся практики рекламно-информационных отношений;

уметь

- анализировать содержание рекламно-информационных материалов с точки зрения их соответствия действующему законодательству;
- обобщать свой собственный опыт и опыт окружающего социума; делать обоснованные

выводы на его основе;

- анализировать ситуации и применять полученные знания на практике; самостоятельно анализировать нормативно-правовые документы;
- грамотно составлять предпринимательские договоры, направленные на реализацию товаров и способствующих продвижению товаров на рынке;
- использовать систему знаний о принципах рекламно-информационной деятельности; анализировать состояние правовой системы рекламы и её отдельных звеньев;
- решать на примере конкретных ситуаций вопросы оценки эффективности правового регулирования рекламно-информационной деятельности;
- определять возможные пути решения современных проблем в области рекламно-информационной деятельности на базе имеющегося многовекового опыта;

владеть

- практическими навыками в сфере правового регулирования рекламно-информационной деятельности;
- методами, способами и средствами оценки эффективности рекламно-информационной деятельности;
- навыками подготовки и принятия решений по вопросам организации рекламно-информационной деятельности, обеспечению каналов товародвижения, по маркетинговым коммуникациям;
- терминологическим правовым аппаратом рекламно-информационной деятельности;
- навыками самостоятельного анализа и обобщения затронутых проблем;
- навыками применения на практике в сфере рекламы и связей с общественностью полученных теоретических знаний;
- базовыми количественными и качественными методами исследования окружающей действительности и обработки полученной информации.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 10 ч., СРС – 89 ч.),

распределение по семестрам – 3 курс, лето, 4 курс, зима,
форма и место отчётности – экзамен (4 курс, зима).

5. Краткое содержание дисциплины

1. Введение в курс: предмет, цели, задачи.

1. Понятие и необходимость регулирования рекламной деятельности. 2. Актуальные проблемы регулирования рекламной деятельности в РФ.

2. Становление законодательства о рекламе в РФ.

1. Вопросы регулирования рекламы в советском законодательстве. 2. Становление нормативно-правовой основы регулирования рекламной деятельности в условиях рыночных отношений (1991-1995 гг.). 3. Закон «О рекламе»: значение, структура, основные понятия.

3. Становление законодательства о рекламе в РФ.

1. Общие и специальные требования к рекламе. 2. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.

4. Особенности регулирования отдельных видов рекламы.

1. Особенности рекламы в радио- и телепрограммах. 2. Особенности правового регулирования наружной рекламы. 3. Социальная реклама и спонсорство. 4. Правовые аспекты контроля над медицинской рекламой. 5. Реклама алкогольной продукции. 6. Реклама

табака и табачных изделий. 7. Реклама вооружений и военной техники. 8. Реклама финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг.

5. Саморегулирование рекламно-информационной деятельности.

1. Понятие и способы саморегулирования рекламной деятельности. 2. Основные органы саморегулирования рекламной деятельности в РФ.

6. Кодексы профессионального поведения в области рекламы и деловых коммуникаций.

1. Международные рекламные кодексы. 2. Российские рекламные кодексы.

7. Зарубежный опыт правового регулирования рекламно-информационной деятельности.

1. Международные стандарты в области правового регулирования рекламы. 2.

Сравнительный анализ зарубежной и отечественной практики в области правового регулирования рекламы.

6. Разработчик

Думов Сергей Борисович, канд. пед. наук, доцент кафедры социальной работы.