

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»  
Факультет психолого-педагогического и социального образования  
Кафедра социальной работы

«УТВЕРЖДАЮ»  
Проректор по учебной работе  
Ю. А. Жадаев  
« 10.05.2016 » 2016 г.



# Основы правового регулирования рекламно-информационной деятельности

Программа учебной дисциплины

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

*очная форма обучения*

Волгоград  
2016

Обсуждена на заседании кафедры социальной работы  
«20» октября 2016 г., протокол № 3

Заведующий кафедрой А.И. Вайсман (подпись) А.Н. Воронцов (зав. кафедрой) «20» октября 2016 г. (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета психолого-педагогического и социального образования «24» октября 2016 г., протокол № 3

Председатель учёного совета Т.Ю. Андрущенко (подпись) «24» октября 2016 г. (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»  
«28» ноября 2016 г., протокол № 6

#### Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____	_____ (подпись)	_____ (руководитель ОПОП)	_____ (дата)
Лист изменений № _____	_____ (подпись)	_____ (руководитель ОПОП)	_____ (дата)
Лист изменений № _____	_____ (подпись)	_____ (руководитель ОПОП)	_____ (дата)

#### Разработчики:

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

Программа дисциплины «Основы правового регулирования рекламно-информационной деятельности» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 11 августа 2016 г. №997) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 28 ноября 2016 г., протокол № 6).

## **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.

Профильной для данной дисциплины является коммуникационная профессиональная деятельность.

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. Объём дисциплины и виды учебной работы**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		5
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	36	36
В том числе:		
Лекции (Л)	12	12
Практические занятия (ПЗ)	24	24
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
<b>Самостоятельная работа</b>	32	32
<b>Контроль</b>	40	40
Вид промежуточной аттестации		ЭК
Общая трудоёмкость	часы	108
	зачётные единицы	3

## **5. Содержание дисциплины**

### **5.1. Содержание разделов дисциплины**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
-------	---------------------------------	-------------------------------

1	1. Введение в курс: предмет, цели, задачи	1. Понятие и необходимость регулирования рекламной деятельности. 2. Актуальные проблемы регулирования рекламной деятельности в РФ.
2	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	3. Становление законодательства о рекламе в РФ	1. Общие и специальные требования к рекламе. 2. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.
4	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	5. Саморегулирование рекламно-информационной деятельности	1. Понятие и способы саморегулирования рекламной деятельности. 2. Основные органы саморегулирования рекламной деятельности в РФ.
6	6. Кодексы профессионального поведения в области рекламы и деловых коммуникаций	1. Международные рекламные кодексы. 2. Российские рекламные кодексы.
7	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.

## 5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	1. Введение в курс: предмет, цели, задачи	1	4	–	5	10
2	2. Становление законодательства о рекламе в РФ	2	3	–	5	10
3	3. Становление законодательства о рекламе в РФ	2	3	–	5	10
4	4. Особенности регулирования отдельных видов рекламы	2	4	–	4	10
5	5. Саморегулирование рекламно-информационной деятельности	2	3	–	4	9
6	6. Кодексы профессионального	2	3	–	4	9

	поведения в области рекламы и деловых коммуникаций					
7	7. Зарубежный опыт правового регулирования рекламно-информационной деятельности	1	4	–	5	10

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

### **6.1. Основная литература**

1. Минбалеев А.В. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Минбалеев; А.В. Минбалеев. - Москва: Юриспруденция, 2012. - 223 с. - ISBN 978-5-9516-0475-0.

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Кайль, А.Н. Комментарий к Федеральному закону от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (2-е издание переработанное и дополненное) [Электронный ресурс] / А.Н. Кайль, Н.М. Нарушева, А.Н. Кайль. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2011. - 224 с..

2. Рихтер, А.Г. Правовые основы журналистики [Электронный ресурс]: учебник / А.Г. Рихтер; А.Г. Рихтер. – М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2002. - 352 с. - ISBN 5-211-04556-4.

3. Спиридонова, М.А. Комментарий к Федеральному закону от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» [Электронный ресурс] / М.А. Спиридонова, Н.М. Удалова; М. А. Спиридонова. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2011. - 242 с.

## **7. Ресурсы Интернета**

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Википедия – свободная энциклопедия. – URL: <http://ru.wikipedia.org>.
2. Электронная гуманитарная библиотека. – URL: <http://www.gumfak.ru>.
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – URL: <http://elibrary.ru>.
4. Сайт гендерных исследований: <http://www.genderstudies.info/>.
5. Журнал Социологические исследования: <http://www.ecsocman.edu.ru/socis/>.

## **8. Информационные технологии и программное обеспечение**

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Пакет офисных приложений (редактор текстовых документов, презентаций, электронных таблиц).
2. Дистанционное консультирование СРС на образовательном портале ВГСПУ <http://edu.vspu.ru/>.
3. Компьютерное тестирование.

## **9. Материально-техническая база**

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Основы правового регулирования рекламно-информационной деятельности» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (в том числе с мультимедийной поддержкой).
2. Учебная аудитория для проведения практических занятий (в том числе с мультимедийной поддержкой).
3. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Дисциплина «Основы правового регулирования рекламно-информационной деятельности» относится к базовой части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

## **11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая

работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Основы правового регулирования рекламно-информационной деятельности» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

## **12. Фонд оценочных средств**

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.