

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 19.06.2021
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a023b5f4a771ee5ddc54049c512d

Аннотация

учебной дисциплины «Б1.О.29 Правовое регулирование рекламной деятельности» направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Целью изучения дисциплины «Правовое регулирование рекламной деятельности» является изучение теоретических основ законодательства, регулирующего рекламную деятельность в России, правового положения участников рекламной деятельности, основных договоров, применяемых в рекламе и юридическую ответственность участников рекламного процесса за правонарушения.

Задачи изучения дисциплины:

- раскрыть общие положения об источниках правового регулирования рекламной деятельности и практики их применения; субъектах рекламной деятельности и особенностях и правового статуса;
- сформировать знания об общих и специальных требованиях к рекламе, о контроле за соблюдением законодательства о рекламе и ответственности за его нарушение;
- выработать умения ориентироваться в нормативно-правовых актах, содержащих нормы о регулировании рекламной и PR-деятельности;
- дать практические навыки применения законодательства о рекламе и PR.

Основные блоки и темы дисциплины (дидактические единицы):

Понятие рекламного права и рекламного законодательства. Государственное регулирование рекламной деятельности. Формы негосударственного регулирования рекламной деятельности. Особенности отдельных видов рекламы и их правовое регулирование. Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров. Правовой статус субъектов рекламной деятельности. Ответственность за нарушение рекламного законодательства.

Дисциплина «Правовое регулирование рекламной деятельности» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 и направлена на изучение действующих норм рекламного права, соответствующих отраслей правовой системы России и правоприменения, понятий и принципов, механизмов правового регулирования

В процессе освоения дисциплины у бакалавров формируются следующие общепрофессиональные компетенции:

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.

Индикаторы достижения компетенций:

ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

универсальных компетенций:

УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Индикаторы достижения компетенций:

УК-2.1. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством.

УК-2.2. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм.

УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.

УК-10.1 Использует в профессиональной сфере действующие правовые нормы,

обеспечивающие борьбу с коррупцией.

УК-10.2. Использует в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- правовые нормы, регулирующие отношения в сфере производства и распространения рекламы;
- понятие и признаки рекламной информации; общие и специальные требования к рекламе; государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности;
- правовое регулирование рекламирования отдельных видов товаров, алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, лекарственных средств, медицинской техники;

уметь:

- понимать законы и другие нормативные правовые акты, регулирующие отношения в сфере рекламы;
- ориентироваться в нормативно-правовых актах, содержащих нормы о регулировании рекламной и PR-деятельности;
- использовать способы распространения рекламы с учетом принципов правового регулирования; выявлять виды ненадлежащей рекламы;

владеть:

- навыками анализа законодательства и практики его применения, ориентации в специальной литературе по рекламному праву;
- навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.
- навыками под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью с учетом норм информационного законодательства.

Дисциплина «Правовое регулирование рекламной деятельности» изучается посредством лекций, практических занятий, где используются слайд-лекции, тематические семинары, деловые игры, и завершается экзаменом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Разработчик
канд. экон. наук



Галинская Н.Н.

Зав. кафедрой маркетинга,
сервиса и туризма



Кумпилова А.Р.