


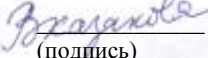


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»


(подпись) Т.Д. Лыкова
(ФИО)

УТВЕРЖДАЮ
Директор Департамента коммуникаций и медиа


(подпись) В.А. Казакова
(ФИО.)
«11» июня 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Правовые основы медиаотрасли

Направление подготовки 42.03.12 Реклама и связи с общественностью
Профиль Реклама и связи с общественностью в некоммерческой сфере
Форма подготовки очная

курс 3 семестр 6
лекции 18 час
практические занятия 36 час
лабораторные занятия - не предусмотрено
в том числе с использованием МАО лек. 10/пр.10/ лаб. 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 54 час.
в том числе с использованием МАО 20 час.
самостоятельная работа 90 час.
в том числе на подготовку к экзамену – 54 час
контрольные работы (количество) не предусмотрено
курсовая работа/курсовой проект не предусмотрено
зачет не предусмотрено
экзамен – 6 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 11.08.2016 г №997.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 10 от «10» июня 2019 г.

Директор департамента: канд. полит.наук В.А. Казакова
Составитель: к. полит. н., доцент П. Ю. Самойленко

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Директор департамента _____ В.А.Казакова

(подпись)

(И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Директор департамента _____ В.А.Казакова

(подпись)

(И.О. Фамилия)

АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Правовые основы медиаотрасли» относится к базовой части (раздел «Дисциплины») учебного плана направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 ч. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (36ч.) и самостоятельная работа студента в объеме 90 ч. (36 часов самостоятельная работа, 54 часов на подготовку к экзамену) Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре при очной форме обучения. В качестве формы отчетности по дисциплине предусмотрен экзамен. Относится к блоку «Дисциплины вариативной части» - Б1.Б.22.

Целью изучения дисциплины «Правовые основы медиаотрасли» является развитие у студентов должного уровня компетенций, позволяющих эффективно выстраивать коммуникации со СМИ в условиях осуществления профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины обусловлены целями ее изучения и ориентированы на решение следующих направлений профессиональной реализации деятельности бакалавра:

- **организационно-управленческой:** планирование и организация системы рекламных и пиар-коммуникаций, проведение мероприятий.

- **коммуникационной:** руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий; формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, связанных с развитием международных проектов.

- **проектной** разработка креативных и стратегических концепций развития медийных проектов с привлечением средств массовой информации.

- **информационно-аналитической и прогнозно-аналитической:** руководство подготовкой количественных и качественных исследований;

анализ и интерпретация первичной и вторичной информации; подготовка обзоров и прогнозов в рамках медийных проектов.

- **научно-исследовательской и педагогической**: выявления тенденций, динамики процессов и инновационных явлений, разработка концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований и методических разработок в области управления кризисами и информационными потоками с применением форм и методов рекламы и связей с общественностью и журналистики.

Изучение дисциплины «Правовые основы медиаотрасли» обеспечивает формирование следующих компетенций:

способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда (ОК-4)

способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6)

Последовательность формирования данной компетенции предполагает ряд основных этапов.

| Код и формулировка компетенции | Этапы формирования компетенции | |
|---|--------------------------------|---|
| способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда (ОК-4) | Знает | основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том числе в профессиональной сфере |
| | Умеет | применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе |
| | Владеет | знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности |
| способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением | Знает | требования российского законодательства к деятельности медиа, включая специфические правовые институты связанные с рекламной, избирательной деятельностью и так далее |
| | Умеет | на практике применять требования российского законодательства к деятельности медиа, |

| | | |
|--|---------|---|
| информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6) | Владеет | способностями руководствоваться в профессиональной деятельности нормами российского медийного права, включая требования о защите персональных данных, недопустимости злоупотребления массовой информацией и так далее |
|--|---------|---|

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Правовые основы медиаотрасли» применяется ряд методов активного обучения и интерактивных взаимодействий, включающих: лекцию-беседу, лекцию-дискуссию, деловые игры, групповые дискуссии.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

(18 ч. лекционных занятий, 10 ч. в интерактивной форме)

Модуль 1. Структура современного законодательства (9 час.)

Раздел I. Теория современного права (5 час.)

Тема 1. История развития права, правовые институты древности в сфере рекламы (1 час.)

Краткое содержание темы: История развития права, право и мораль, сходства и отличия, взаимное влияние. Основные памятники права. Законы Хаммурапи. Законы 12 таблиц. Русская правда. Связь памятников права и современной системы права.

Тема 2 Современные системы права (2 час.)

Краткое содержание темы: Современные системы права в мире: англосаксонская, романо-германская, теологическая, традиционная. Специфика источников современного права. Особенности правоприменения в разных

системах. Основные теории происхождения права и их взаимосвязь с современными системами права.

Тема 3. Структура правовых норм. (2 час.)

Краткое содержание темы: Структура правовой нормы. «Пирамида» права. Правовые и межправовые институты. Отрасли права. Подотрасли права. Принципы структурного анализа норм права в рамках профессиональной деятельности. Особенности ответственности за нарушения норм права в сравнении с нормами морали. Основные принципы формирования норм права.

Занятие проходит в форме лекции-дискуссии.

Раздел II.

Современная система российского законодательства (4 час.)

Тема 1. Публичное и частное российское право (2 час.)

Краткое содержание темы: Российское публичное право: отрасли, особенности. Российское частное право: отрасли, специфика. Применение норм публичного и частного права в рекламной деятельности, маркетинге и деятельности по связям с общественностью.

Занятие проходит в форме лекции-дискуссии.

Тема 2 Материальное и процессуальное право (1 час.)

Краткое содержание темы: Российское материальное право: отрасли, особенности. Российское процессуальное право: отрасли, специфика. Применение норм материального и процессуального права в рекламной деятельности, маркетинге и деятельности по связям с общественностью.

Занятие проходит в форме лекции-дискуссии.

Тема 3. Основные принципы правоприменения в российской системе права (1 час.)

Краткое содержание темы: Российское право: отрасли, особенности, нормативные правовые акты разной юридической силы. Общие и специальные нормы права и нормативные правовые акты. Применение норм права разной юридической силы в рекламной деятельности, маркетинге и деятельности по связям с общественностью.

Модуль 2. Российское законодательство о медиа, рекламе и связях с общественностью (9 час.)

Раздел 1. Законодательство о медиа и рекламе (4 час.)

Тема 1. Закон о СМИ и рекламе (1 час.)

Краткое содержание темы: Российское законодательство о рекламе: законы, подзаконные нормативные правовые акты, особенности, нормативные правовые акты разной юридической силы. Общие и специальные нормы права и нормативные правовые акты, касающиеся рекламы и СО. Применение норм права разной юридической силы в рекламной деятельности, маркетинге и деятельности по связям с общественностью. Закон «О рекламе»

Тема 2 Подзаконные нормативные правовые акты, регулирующие сферу СМИ 1 час.)

Краткое содержание темы: Российское законодательство о средствах массовой информации: законы, подзаконные нормативные правовые акты, особенности, нормативные правовые акты разной юридической силы. Общие и специальные нормы права и нормативные

правовые акты, касающиеся медиасферы. Регулирование работы в Интернете. Применение норм права разной юридической силы в сфере СМИ. Закон «О средствах массовой информации»

Тема 3. Муниципальное законодательство о рекламе в Приморском крае (2 час.)

Краткое содержание темы: законодательство о рекламе: подзаконные нормативные правовые акты, особенности, нормативные правовые акты разной юридической силы. Принятие подзаконных правовых актов органами местного самоуправления в целях регулирования рекламного рынка в Приморском крае. Закон «О рекламе», закон «О СМИ» и подзаконные нормативно-правовые акты.

Занятие проходит в форме лекции-дискуссии.

Раздел II. Государственные органы, осуществляющие правоприменительную деятельность в сфере медиа, рекламы и связей с общественностью (5 час.)

Тема 1. Судебная система, принципы работы (1 час.)

Краткое содержание темы: Российские органы судебной власти. Мировые суды, суды городов/районов, краевые/областные судебные органы. Арбитражные суды. Подсудность. Общие принципы правоприменения в судах. Административный и гражданский процесс. Общие принципы обжалования судебных решений.

Тема 2 ФАС, Россвязькомнадзор (1 час.)

Краткое содержание темы: Федеральная антимонопольная служба: полномочия, особенности контроля в сфере рекламы. Россвязькомнадзор: полномочия, особенности контроля в сфере средств массовой информации. Выдача предписаний, возбуждение и рассмотрение дел об административных правонарушениях.

Тема 3. Органы прокуратуры, МВД (3 час.)

Краткое содержание темы: Органы прокуратуры как общий надзорный орган. Практика реагирования прокуратуры на нарушения законодательства о рекламе. МВД: полномочия, особенности контроля в сфере рекламы и СМИ. Выдача предписаний, возбуждение и рассмотрение дел об административных правонарушениях. Особенности работы в рамках избирательных кампаний и предвыборной агитации, взаимодействие с избирательными комиссиями.

Занятие проходит в форме лекции-дискуссии.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

(36 ч. Практических занятий, 10 ч. в интерактивной форме)

Занятие 1. Структура современного законодательства (10 ч.)

Занятие проводится в форме обсуждения актуальных проблем по изучаемой теме. Основные темы для подготовки сообщений и обсуждения на семинарском занятии: «Право и мораль», «Эмоции и отношения в структуре правового поведения», «Мировые памятники права», также производится обозначение и обсуждение особенностей правоприменения в области

рекламы и связей с общественностью и журналистики в истории цивилизации.

Занятие проходит в форме деловой игры.

Занятие 2. Современная система российского законодательства (8 ч.)

Занятие проводится в форме обсуждения актуальных проблем по изучаемой теме. Основные темы для подготовки сообщений и обсуждения на семинарском занятии: «Отрасли современного права», «Публичное и частное российское право», «Основные принципы правоприменения в российской правовой системе», также производится обозначение и обсуждение особенностей правоприменения в области политических коммуникаций.

Занятие 3. Российское законодательство о рекламе (9 ч.)

Занятие проводится в форме обсуждения актуальных проблем по изучаемой теме. Основные темы для подготовки сообщений и обсуждения на семинарском занятии: «Закон о СМИ», «Закон о рекламе», «Законодательство об основных гарантиях избирательных прав граждан», также производится обозначение и обсуждение особенностей правоприменения в области рекламы и связей с общественностью в современной российской юридической практике.

Занятие 4. Государственные органы, осуществляющие правоприменительную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью (9 ч.)

Занятие проводится в форме обсуждения актуальных проблем по изучаемой теме. Основные темы для подготовки сообщений и обсуждения на семинарском занятии: «Государственный контроль», «Государственный

надзор», «Система российских органов власти», также производится обозначение и обсуждение особенностей административной ответственности за нарушения в области рекламы и связей с общественностью в истории цивилизации.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Правовые основы медиаотрасли» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

| № п/п | Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины | Коды и этапы формирования компетенций | | Оценочные средства - наименование | |
|-------|--|---------------------------------------|---|---|----------------------------|
| | | | | текущий контроль | промежуточная аттестация |
| 1 | Тема 1. История права | ОК-4 ОПК-6 | Знает: основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том числе в профессиональной сфере | УО-1 – собеседование УО-3 - доклад, сообщение УО – 4- | Вопросы к экзамену 1, 3 |

| | | | | | |
|---|---|---------------|--|---|---|
| | | | <p>Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе</p> <p>Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности и медиадеятельности</p> | <p>дискуссия ПР-7-конспект ПР – 13 творческое задание ПР-4 реферат</p> | |
| 2 | Тема 2. Теория права | ОК-4 ОПК-6 | <p>Знает: основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том числе в профессиональной сфере</p> <p>Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе</p> <p>Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности и медиадеятельности</p> | <p>УО-1 – собеседование УО-3 - доклад, сообщение УО – 4- дискуссия ПР-7-конспект ПР – 13 творческое задание</p> | <p>Вопросы к экзамену 5, 7, 9</p> |
| 3 | Тема 3. Российская система законодательства | ОК-4 ОПК-6 | <p>Знает: основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том числе в профессиональной сфере</p> <p>Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе</p> <p>Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности и медиадеятельности</p> | <p>УО-1 – собеседование УО-3 - доклад, сообщение УО – 4- дискуссия ПР-7-конспект ПР – 13 творческое задание</p> | <p>Вопросы к экзамену 7, 10, 12</p> |
| 4 | Тема 4. Законодательство о СМИ | ОК-4 ОПК-6 | <p>Знает: основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том</p> | <p>УО-1 – собеседование УО-3 - доклад,</p> | <p>Вопросы к экзамену</p> |

| | | | | | |
|---|--|---------------|---|--|--|
| | | | числе в профессиональной сфере | сообщение УО – 4- дискуссия ПР-7- конспект ПР – 13 творческое задание | 6, 5, 13 |
| | | | Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе | | |
| | | | Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности и медиадеятельности | | |
| 5 | Тема 5. Регулирование деятельности в области связей с общественностью | ОК-4 ОПК-6 | Знает: основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том числе в профессиональной сфере | УО-1 – собеседование УО-3 - доклад, сообщение УО – 4- дискуссия ПР-7- конспект ПР – 13 творческое задание | Вопросы к экзамену 8, 11, 17 |
| | | | Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе | | |
| | | | Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности и медиадеятельности | | |
| 6 | Тема 6. Подзаконные нормативные правовые акты в области рекламы | ОК-4 ОПК-6 | Знает: основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том числе в профессиональной сфере | УО-1 – собеседование УО-3 - доклад, сообщение УО – 4- дискуссия ПР-7- конспект ПР – 13 творческое задание | <i>Вопросы</i> к экзамену 7, 12, 14 |

| | | | | | |
|---|---|-----------------------|--|--|---|
| | | | <p>Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе</p> | | |
| | | | <p>Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности и медиадеятельности</p> | | |
| 7 | <p>Тема 7. Государственные контролирующие и надзорные органы в сфере рекламы и связей с общественностью</p> | <p>ОК-4 ОПК-6</p> | <p>Знает: основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том числе в профессиональной сфере</p> | <p>УО-1 – собеседование УО-3 - доклад, сообщение УО – 4- дискуссия ПР-7- конспект ПР – 13 творческое задание, ПР-4 реферат</p> | <p><i>Вопросы к экзамену</i> <i>18, 19, 20</i></p> |
| | | | <p>Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе</p> | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиатедеятельности и медиатедеятельности | | |
|--|--|--|--|--|--|

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

Основная литература

(электронные и печатные издания)

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

Основная литература

1. Основы теории государства и права. Учебное пособие. Под редакцией Балковой В.Г. Владивостокский филиал РГА. ISBN:978-5-9590-0497-2 Владивосток, 2014 Электрон. Ресурс. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=IPRbooks:IPRbooks-25773&theme=FEFU>
2. Учение о законе в русской юриспруденции: Монография / Е.Г. Лукьянова; Институт государства и права РАН. - М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 160 с.: 84x108 1/32. ISBN 978-5-91768-456-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/444413>.
3. Экспертиза меда и способы обнаружения его фальсификации / Заикина В.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2014. - 166 с.: ISBN 978-5-394-01719-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415346>.

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Герасимов, Б.Н. Корпоративное управление [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Б.Н. Герасимов. - Самара: СФ ГОУ ВПО МГПУ, 2008. - 374 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=526824>
2. Гундарин, М.В. Книга руководителя отдела PR : практические рекомендации / М. В. Гундарин. – СПб.: Питер, 2009. – 330 с. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:295979&theme=FEFU>
3. Крылов, А. Стратегическое планирование в рекламе / А. Крылов, О. Зуенкова // Рекламодатель. – 2003. – №9. – С. 58-65. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:193223&theme=FEFU>
4. Основы управления персоналом: Учебник / А.Я. Кибанов; Министерство образования и науки РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ

ИНФРА-М, 2014. - 447 с. Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=426081>

5. Рубин, Ю. Б. Курс профессионального предпринимательства [Электронный ресурс] : учебник / Ю. Б. Рубин. - 12-е изд., перераб. и доп. - М.: МФПУ Синергия, 2012. - 944 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=451258>.

6. Синяева, И. М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : Учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. - М.: Дашков и К, 2014. - 252 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430570>

7. Сооляттэ, А. Ю. Управление проектами в компании: методология, технологии, практика [Электронный ресурс] : учебник / А. Ю. Сооляттэ. - М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=451379>

8. Чернышев, В. Кадровый состав в рекламе / В. Чернышев // Управление персоналом. – 2000. – №3. – С. 82-84 Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:169110&theme=FEFU>

Нормативно-правовые материалы

1. О рекламе: федер. закон от 13.03.2006 г. №38-ФЗ [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Электрон. дан. <http://www.consultant.ru/popular/advert/>

2. О СМИ: федер. закон от 27.12.1991 г. №2124-1 [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Электрон. дан. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Индустрия рекламы – теория и практика рекламной деятельности: информационно-справочный портал <http://adindustry.ru/>

2. Advertology.ru – наука о рекламе: информационно-справочный портал <http://www.advertology.ru/>
3. Маркетинг журнал 4p.ru <http://www.4p.ru/>

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «Правовые основы медиаотрасли» основывается на следующей логической основе. Вся основная теоретическая база излагается на лекциях; для усвоения материала бакалаврам предлагается и самостоятельное изучение теоретического материала.

Для более глубокой проработки отдельных тем дисциплины в начале семестра предлагается список тем для подготовки доклада. Бакалавр выбирает тему и самостоятельно в течение семестра готовит доклад. Реферат готовится в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению рефератов. Преподаватель контролирует результат индивидуальным собеседованием с проверкой письменной работы (реферата) по каждой теме самостоятельной работы.

Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими занятиями, на которых магистры анализируют теоретические и практические аспекты изучаемых тем, отвечают на поставленные вопросы, определяют проблемные области исследуемых тем и затем, в групповых обсуждениях и дискуссиях, аргументированно и всесторонне защищают те или иные положения. В течение семестра каждый обучающийся должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние задания, все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

Во второй половине семестра магистру предлагается самостоятельно подготовиться к тестированию. С этой целью ему необходимо проработать информацию, используя все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников для формирования собственных ответов. В конце семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации - сдаче зачета, при этом для подготовки используются список контрольных вопросов к зачету. Зачет выставляется в общей совокупности всех работ с учетом выполненной самостоятельной работы, зачетных результатов тестирования и реферата.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Основы нормативного регулирования рекламной и PR-деятельности» существует следующее материально-техническое обеспечение:

Microsoft Office Professional Plus 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.);

7Zip 9.20 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных.

| Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования | Адрес (местоположение) объектов |
|--|---|
| <p>Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокмутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48</p> | <p>г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 529</p> |

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине
Правовые основы медиаотрасли

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль Реклама и связи с общественностью в некоммерческой сфере
Форма подготовки очная

Владивосток
2016

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине
«Правовые основы медиаотрасли»

| № п/п | Дата/сроки выполнения | Вид самостоятельной работы | Примерные нормы времени на выполнение | Форма контроля |
|--------|-----------------------|--|---------------------------------------|---|
| 1. | 1 -18 неделя | Подготовка к практическим занятиям – проработка теоретической базы дисциплины и подготовка сообщений и докладов. | 12 часов | Работа на практических занятиях, сообщения, доклады. Защита практического задания группами и индивидуально. |
| 2 | 1-18 неделя | Подготовка докладов | 12 часа | Представление докладов практических занятиях |
| 3. | 1-18 неделя | Работа с конспектами, рефераты | 12 часа | Защита реферата |
| 4. | 18 неделя | Подготовка к экзамену | 54 часов | Устный опрос |
| Всего: | | | 90 часа | |

Самостоятельная работа состоит из следующих компонент:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме семинара: выполнение домашних заданий.
2. Подготовка реферата по темам, сформулированным преподавателем либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).
3. Подготовка к экзамену.

Основные требования к содержанию реферата:

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно.

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). Реферат должен заканчиваться выводением выводов по теме.

По своей структуре реферат состоит из:

1. Титульного листа;
2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;
3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает разделение на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует «перегружать» текст;
4. Заключения, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.
5. Списка использованной литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц. Интервал – 1,5, размер шрифта – 14, поля: левое — 3см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее — 1,5см.

Страницы должны быть пронумерованы. Абзацный отступ от начала строки равен 1,25 см.

Реферат пишется студентами в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем. При зачете реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления. Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно. Объем реферата зависит от изучаемой темы, оформление согласно правилам, размещенным на сайте ДВФУ. В реферате должна быть показана актуальность темы, цель и задачи исследования по данной проблематике, а также краткое раскрытие темы с выводами. Для докладов и эссе – излагаемый материал, опираясь на терминологический и понятийный аппарат дисциплины «Основы нормативного регулирования рекламной и PR-деятельности», должен носить исследовательский характер, а студент способен выявлять проблемные области, выдвигать оригинальные идеи решений и критически их обсуждать в группе.

Темы рефератов:

1. Понятие права, право и законодательство.
2. Теории возникновения права.
3. Правовая система современного государства.
4. Отрасли права в современной правовой системе, специфика межотраслевых институтов права.
5. Основы российской правовой системы.
6. Российское законодательство о рекламе
7. Российское законодательство о СМИ.

8. История развития права, исторические основы формирования современного законодательства.
9. Виды систем права.
10. Субъекты рекламной деятельности, их права и обязанности.
11. Субъекты медийной деятельности, их права и обязанности.
12. Регулирование медийной и рекламной деятельности нормами законодательства о выборах.
13. Регулирование медийной и рекламной деятельности нормами гражданского законодательства.
14. Ответственность участников рекламной деятельности за нарушения законодательства.
15. Ответственность участников медийной деятельности за нарушения законодательства.
16. Административная ответственность участников рекламной и медийной деятельности
17. Уголовная ответственность участников рекламной и медийной деятельности.
18. Гражданско-правовая ответственность участников рекламной и медийной деятельности.
19. Подзаконные нормативно-правовые акты, регулирующие рекламную деятельность.
20. Подзаконные нормативно-правовые акты, регулирующие медийную деятельность.
21. Государственные органы, регулирующие рекламную деятельность и осуществляющие надзор.
22. Государственные органы, регулирующие медийную деятельность и обладающие контрольно-надзорными функциями.
23. Судебные органы, уполномоченные рассматривать дела в сфере рекламы и медийной деятельности.

Критерии оценки презентации:

| Оценка | 5,0-6,0 баллов (неудовлетворительно) | 6,1-7,5 баллов (удовлетворительно) | 7,6-8,5 баллов (хорошо) | 8,6-10 баллов (отлично) |
|--------------------|--|--|---|--|
| Критерии | Содержание критериев | | | |
| Раскрытие проблемы | Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы | Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы | Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы | Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы |
| Представление | Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины | Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина | Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов | Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов |
| Оформление | Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации | Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации | Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации | Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации |
| Ответы на вопросы | Нет ответов на вопросы | Только ответы на элементарные вопросы | Ответы на вопросы полные и/или частично полные | Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений |



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине
Правовые основы медиаотрасли

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль Реклама и связи с общественностью в некоммерческой сфере
Форма подготовки очная

Владивосток

2016

Текущая аттестация студентов

Паспорт ФОС

| Код и формулировка компетенции | Этапы формирования компетенции | |
|--|--------------------------------|---|
| способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда (ОК-4) | Знает | основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том числе в профессиональной сфере |
| | Умеет | применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе |
| | Владеет | знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности |
| способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6) | Знает | требования российского законодательства к деятельности медиа, включая специфические правовые институты связанные с рекламной, избирательной деятельностью и так далее |
| | Умеет | на практике применять требования российского законодательства к деятельности медиа, |
| | Владеет | способностями руководствоваться в профессиональной деятельности нормами российского медийного права, включая требования о защите персональных данных, недопустимости злоупотребления массовой информацией и так далее |

| № п/п | Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины | Коды и этапы формирования компетенций | | Оценочные средства - наименование | |
|-------|--|---------------------------------------|---|--|----------------------------|
| | | | | текущий контроль | промежуточная аттестация |
| 1 | Тема 1. История права | ОК-4 ОПК-6 | Знает: основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том числе в профессиональной | УО-1 – собеседование УО-3 - доклад, сообщение | Вопросы к экзамену 1, 3 |

| | | | | | |
|---|--|---------------|---|--|---|
| | | | сфере | УО – 4- дискуссия ПР-7- конспект ПР – 13 творческое задание ПР-4 реферат | |
| | | | Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе | | |
| | | | Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности и медиадеятельности | | |
| 2 | Тема 2. Теория права | ОК-4 ОПК-6 | Знает: основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том числе в профессиональной сфере | УО-1 – собеседовани е УО-3 - доклад, сообщение УО – 4- дискуссия ПР-7- конспект ПР – 13 творческое задание | Вопросы к экзамену 5, 7, 9 |
| | | | Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе | | |
| | | | Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности и медиадеятельности | | |
| 3 | Тема 3. Российская система законодательства | ОК-4 ОПК-6 | Знает: основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том числе в профессиональной сфере | УО-1 – собеседовани е УО-3 - доклад, сообщение УО – 4- дискуссия ПР-7- конспект ПР – 13 творческое задание | Вопросы к экзамену 7, 10, 12 |
| | | | Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе | | |
| | | | Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности и медиадеятельности | | |
| 4 | Тема 4. Законодательств о о СМИ | ОК-4 ОПК-6 | Знает: основные принципы современного законодательства, особенности | УО-1 – собеседовани е УО-3 - | Вопросы к экзамену |

| | | | | | |
|---|---|---------------|--|--|--|
| | | | <p>правоприменения, в том числе в профессиональной сфере</p> <p>Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе</p> <p>Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности и медиадеятельности</p> | <p>доклад, сообщение УО – 4- дискуссия ПР-7- конспект ПР – 13 творческое задание</p> | 6, 5, 13 |
| 5 | Тема 5. Регулирование деятельности в области связей с общественностью | ОК-4 ОПК-6 | <p>Знает: основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том числе в профессиональной сфере</p> <p>Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе</p> <p>Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности и медиадеятельности</p> | <p>УО-1 – собеседование УО-3 - доклад, сообщение УО – 4- дискуссия ПР-7- конспект ПР – 13 творческое задание</p> | <p>Вопросы к экзамену 8, 11, 17</p> |
| 6 | Тема 6. Подзаконные нормативные правовые акты в области рекламы | ОК-4 ОПК-6 | <p>Знает: основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том числе в профессиональной сфере</p> | <p>УО-1 – собеседование УО-3 - доклад, сообщение УО – 4- дискуссия ПР-7- конспект ПР – 13 творческое задание</p> | <p><i>Вопросы к экзамену 7, 12, 14</i></p> |

| | | | | | |
|---|---|-----------------------|--|--|---|
| | | | <p>Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе</p> | | |
| | | | <p>Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности и медиадеятельности</p> | | |
| 7 | <p>Тема 7. Государственные контролирующие и надзорные органы в сфере рекламы и связей с общественностью</p> | <p>ОК-4 ОПК-6</p> | <p>Знает: основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том числе в профессиональной сфере</p> | <p>УО-1 – собеседование УО-3 - доклад, сообщение УО – 4- дискуссия ПР-7- конспект ПР – 13 творческое задание, ПР-4 реферат</p> | <p><i>Вопросы к экзамену</i> <i>18, 19, 20</i></p> |
| | | | <p>Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе</p> | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиатедеятельности и медиатедеятельности | | |
|--|--|--|--|--|--|

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

| Код и формулировка компетенции | Этапы формирования компетенции | критерии | показатели | баллы | |
|---|--------------------------------|--|---|---|-------|
| способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда (ОК-4) | знает (пороговый уровень) | основные принципы современного законодательства, особенности правоприменения, в том числе в профессиональной сфере | Знание особенностей современной законодательства | Способность на практике оценивать соответствие медиатедеятельности требованиям закона | 61-75 |
| | умеет (продвинутый) | применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе | Умение применять на практике принципы медийного права | Способность давать правовую оценку деятельности медиа | 76-85 |

| | | | | | |
|---|---------------------------|---|---|--|--------|
| | | знаниями о требованиях современного законодательства о медиадетельности и медиадетельности | Владение навыками анализа деятельности средств массовой информации и их содержания относительно требований законодательства | Способность формулировать рекомендации для рекламных предприятий о улучшению их деятельности на основе требований закона | 85-100 |
| способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационно-библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6) | знает (пороговый уровень) | требования российского законодательства к деятельности медиа, включая специфические правовые институты связанные с рекламной, избирательной деятельностью и так далее | Знание современных методов регулирования медиаотрасли | Способность анализировать работу СМИ и субъектов рекламной деятельности в соответствии с требованиями законодательства о медиа | 61-75 |
| | умеет (продвинутый) | на практике применять требования российского законодательства к деятельности медиа, | Умение использовать гарантированные законом права в профессиональной деятельности | Способность организовывать работу медиа и рекламных компаний в соответствии с требованиями закона «О СМИ» и «О | 76-85 |

| | | | | | |
|--|----------------------|--|---|---|------------|
| | | | | рекламе» | |
| | владеет (высокий) | способностям и руководства ться в профессионал ьной деятельности нормами российского медийного права | Владение приемами оптимизации работы медиа и рекламного бизнеса исходя из требований законодатель ства о медиадеятел ьности | Способность определить основные правовые требования к деятельности конкретного медиа или рекламной фирмы | 85- 100 |

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Правовые основы медиаотрасли» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий (работа на практических занятиях, участие в групповых дискуссиях, коллоквиумах, пресс-конференциях, защита рефератов, докладов и эссе) по оцениванию фактических знаний, умений и навыков.

Объектами оценивания выступают:

1. *Уровень овладения практическими умениями и навыками* оценивается по активности работы на практических занятиях, убедительному изложению материала, оценка осуществляется по 10-бальной системе в соответствии с критериями (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено»). На занятиях обсуждаются вопросы на основе подготовленных домашних заданий.

Критерии оценок по 10-бальной системе следующие:

10-8,5 баллов – проявлены глубокие знания компетенций дисциплины – ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы вопросов по философии и методологии науки, логичностью, последовательностью и аргументированностью ответа, умением объяснять сущность вопроса, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы;

8,5-7,5 баллов - проявлены прочные знания основных вопросов компетенций дисциплины: умение объяснять сущность вопросов делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, но допускаются неточности;

7,5-6,0 балл – в ответе проявлены основные знания вопросов компетенций дисциплины, но ответ отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, недостаточным умением давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа;

менее 6,0 баллов - проявлены незнание основных вопросов знания компетенций дисциплины: неглубокое раскрытие темы, неумение давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа

2. *Степень усвоения теоретических знаний компетенций* определяется при защите реферата и при тестировании, при этом используются соответствующие критерии оценивания в 10-бальной системе (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено»).

Реферат, доклад, эссе по теме считается зачтенным в случае, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, определив ее содержание и составляющие, приведены основные источники по рассматриваемой теме, студент проводит самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы, при этом оценка реферата составляет более 6 баллов.

Реферат, доклад, эссе оценивается по 10-бальной системе: 10 - 6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

От 10-ти до 6-ти баллов - студент понимает базовые основы управление брендом, понимает теоретическое обоснование выбранной темы, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения, привлечены основные источники по рассматриваемой теме,

фактических ошибок, связанных с пониманием темы, нет, допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

менее 6 баллов - проявлены незнания базовых основ вопросов компетенций дисциплины; работа представляет собой полностью или большей частью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы, допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки презентации доклада

| оценка | 50-60 баллов (неудовлетворительно) | 61-75 баллов (удовлетворительно) | 76-85 баллов (хорошо) | 86-100 баллов (отлично) |
|---------------------------|---|---|--|---|
| | Содержание критериев | | | |
| Раскрытие проблемы | Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы. | Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. | Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. | Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы. |
| представление | Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины. | Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина. | Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов. | Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. |
| оформление | Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации. | Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации. | Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации. | Широко использованы технологии Power Point и др.. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. |
| Ответы на вопросы | Нет ответов на вопросы | Только ответы на элементарные вопросы | Ответы на вопросы полные и/или частично полные | Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений |

Критерии оценки (письменный ответ)

- 100-86 баллов – если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной и знакомство с дополнительной рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- 85-76 баллов – знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- 75 – 61 баллов – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

- 60-50 баллов – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Критерии оценки (устный ответ)

- 100-86 баллов – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение

монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

- 85- 76 баллов – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна-две неточности в ответе.

- 75- 61 баллов – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумением привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

- 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся раскрытием темы; незнание основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Результаты самостоятельной работы. Самостоятельная работа заключается в подготовке к практическим занятиям и написании реферата.

Самостоятельная работа по вопросам подготовки к практическим занятиям считается выполненной и зачтенной в случае, когда за практическое занятие

студент получает балл выше 6 (ответ оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Самостоятельная работа по подготовке реферата считается выполненной и зачтенной в случае, когда при сдаче реферата преподавателю студент получает балл выше 6 (реферат оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Промежуточная аттестация студентов

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Основы нормативного регулирования рекламной и PR-деятельности» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Основы нормативного регулирования рекламной и PR-деятельности» предусмотрена в виде экзамена в устной форме в виде собеседования – ответы на вопросы. При этом оценка на экзамене является комплексной, учитываются все оценки контрольных мероприятий текущей аттестации с весом, определяемым ведущим преподавателем. Магистрант допускается к сдаче экзамена, только если ему предварительно были зачтены практические работы, реферат, тестирование, выполнение самостоятельной работы (критерии оценки каждого контрольного мероприятия указаны выше).

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Понятие права, право и законодательство.
2. Теории возникновения права.
3. Правовая система современного государства.
4. Отрасли права в современной правовой системе, специфика межотраслевых институтов права.
5. Основы российской правовой системы.
6. Российское законодательство о рекламе
7. Российское законодательство о СМИ.
8. История развития права, исторические основы формирования современного законодательства.
9. Виды систем права.
10. Субъекты рекламной деятельности, их права и обязанности.

11. Субъекты медийной деятельности, их права и обязанности.
12. Регулирование медийной и рекламной деятельности нормами законодательства о выборах.
13. Регулирование медийной и рекламной деятельности нормами гражданского законодательства.
14. Ответственность участников рекламной деятельности за нарушения законодательства.
15. Ответственность участников медийной деятельности за нарушения законодательства.
16. Административная ответственность участников рекламной и медийной деятельности
17. Уголовная ответственность участников рекламной и медийной деятельности.
18. Гражданско-правовая ответственность участников рекламной и медийной деятельности.
19. Подзаконные нормативно-правовые акты, регулирующие рекламную деятельность.
20. Подзаконные нормативно-правовые акты, регулирующие медийную деятельность.
21. Государственные органы, регулирующие рекламную деятельность и осуществляющие надзор.
22. Государственные органы, регулирующие медийную деятельность и обладающие контрольно-надзорными функциями.
23. Судебные органы, уполномоченные рассматривать дела в сфере рекламы и медийной деятельности.

Критерии выставления оценки студенту на экзамене

по дисциплине «Правовые основы медиаотрасли»

| | | |
|---------|------------------|--|
| 30- 25 | <i>«отлично»</i> | <p>Ответ на экзаменационные вопросы показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.</p> |
| 24 - 15 | <i>«хорошо»</i> | <p>Ответ на экзаменационные вопросы обнаруживает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить</p> |

| | | |
|---------|-------------------------------|--|
| | | примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. |
| 14 - 10 | <i>«удовлетворительно»</i> | Ответ на экзаменационные вопросы свидетельствует о наличии некоторых знаний процессов изучаемой области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. |
| - 0 | <i>«не удовлетворительно»</i> | Ответ на экзаменационные вопросы обнаруживает незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся раскрытием темы; незнание основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. |