


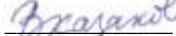


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

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 18 час
лабораторные занятия - не предусмотрено
в том числе с использованием МАО лек. 0 /пр.18/ лаб. 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 36 час.
в том числе с использованием МАО 18 час.
самостоятельная работа 72 час.
в том числе на подготовку к экзамену – 36 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: к.полит.н., доцент 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 3 зачетные единицы, 108 ч. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (18 ч.) и самостоятельная работа студента в объеме 64 ч. (36 часов самостоятельная работа, 36 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.16.

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)

способностью понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях (ОК-6)

способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-11)

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

способностью понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях (ОК-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
способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-11)	Знает	требования российского законодательства к медийному контенту
	Умеет	проводить анализ соответствия текстов для СМИ требованиям закона «О СМИ» и «О рекламе» и иных профильных нормативных правовых актов
	Владеет	принципами редактирования текстов для медиа в соответствии с требованиями действующего медийного законодательства

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)

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 (3 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 (1 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. (1 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.

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.

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.

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 I. Российское медийное право (4 час.)

Раздел 1. Законодательство о медиа и рекламе (2 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.

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

Тема 1. Судебная система, принципы работы (2 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.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

(18 ч. Практических занятий, с использованием МАО – 18 ч.)

Занятие 1. Структура современного законодательства (4 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 (4 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 проходит в форме деловой игры.

Занятие 3. Российское законодательство о рекламе (6 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 проходит в форме деловой игры.

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

Занятие проходит в форме деловой игры.

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 ОК-6 ОК-11	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 ПР-4 реферат	Вопросы к экзамену 1, 3
			Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе		
			Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиатедеятельности и медиатедеятельности		
2	Тема 2. Теория права	ОК-4 ОК-6 ОК-11	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 5, 7, 9
			Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе		
			Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиатедеятельности и медиатедеятельности		
3	Тема 3. Российская система законодательства	ОК-4 ОК-6 ОК-11	Знает: основные принципы современного законодательства, особенности	УО-1 – собеседование УО-3 -	Вопросы к

			<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 медиатедеятельности и медиатедеятельности</p>	<p>доклад, сообщение УО – 4- дискуссия ПР-7- конспект ПР – 13 творческое задание</p>	<p>экзамену 7, 10, 12</p>
4	Тема 4. Законодательство о СМИ	ОК-4 ОК-6 ОК-11	<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 медиатедеятельности и медиатедеятельности</p>	<p>УО-1 – собеседование УО-3 - доклад, сообщение УО – 4- дискуссия ПР-7- конспект ПР – 13 творческое задание</p>	<p>Вопросы к экзамену 6, 5, 13</p>
5	Тема 5. Регулирование деятельности в области связей с общественностью	ОК-4 ОК-6 ОК-11	<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 медиатедеятельности и медиатедеятельности</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 ОК-6 ОК-11	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	<i>Вопросы</i> к экзамену <i>7, 12, 14</i>
			Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе		
			Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности и медиадеятельности		
7	Тема 7. Государст венные контролир ующие и надзорные органы в сфере рекламы и связей с обществен	ОК-4 ОК-6 ОК-11	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,	<i>Вопросы</i> к экзамену <i>18, 19, 20</i>

	ностью		Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе	ПР-4 реферат	
			Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности и медиадеятельности		

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
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 аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 529

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»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И 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
2018**

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	36 часов	Устный опрос
Всего:			72 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 выведением 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 деление 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 (неудовлетв орительно)	6,1-7,5 баллов (удовлетвори тельно)	7,6-8,5 баллов (хорошо)	8,6-10 баллов (отлично)
Крите рии	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

2017

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
способностью понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях (ОК-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
способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-11)	Знает	требования российского законодательства к медийному контенту
	Умеет	проводить анализ соответствия текстов для СМИ требованиям закона «О СМИ» и «О рекламе» и иных профильных нормативных правовых актов
	Владеет	принципами редактирования текстов для медиа в соответствии с требованиями действующего медийного законодательства

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы	Коды и этапы формирования	Оценочные средства - наименование
-------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------------

	/ темы дисциплины	компетенций		текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема 1. История права	ОК-4 ОК-6 ОК-11	<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 медиатедеятельности и медиатедеятельности</p>	<p>УО-1 – собеседование</p> <p>УО-3 - доклад, сообщение</p> <p>УО – 4- дискуссия</p> <p>ПР-7- конспект</p> <p>ПР – 13 творческое задание</p> <p>ПР-4 реферат</p>	Вопросы к экзамену 1, 3
2	Тема 2. Теория права	ОК-4 ОК-6 ОК-11	<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 медиатедеятельности и медиатедеятельности</p>	<p>УО-1 – собеседование</p> <p>УО-3 - доклад, сообщение</p> <p>УО – 4- дискуссия</p> <p>ПР-7- конспект</p> <p>ПР – 13 творческое задание</p>	Вопросы к экзамену 5, 7, 9
3	Тема 3. Российская система законодательства	ОК-4 ОК-6 ОК-11	<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</p>	<p>УО-1 – собеседование</p> <p>УО-3 - доклад, сообщение</p> <p>УО – 4- дискуссия</p> <p>ПР-7- конспект</p> <p>ПР – 13</p>	Вопросы к экзамену 7, 10, 12

			рекламе	творческое задание	
			Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиатедеятельности и медиатедеятельности		
4	Тема 4. Законодательство о СМИ	ОК-4 ОК-6 ОК-11	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 6, 5, 13
			Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе		
			Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиатедеятельности и медиатедеятельности		
5	Тема 5. Регулирование деятельности в области связей с общественностью	ОК-4 ОК-6 ОК-11	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 медиатедеятельности и медиатедеятельности		

6	Тема 6. Подзаконные нормативные правовые акты в области рекламы	ОК-4 ОК-6 ОК-11	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 к экзамену</i> <i>7, 12, 14</i>
Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе					
Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиатедеятельности и медиатедеятельности					
7	Тема 7. Государственные контролирующие и надзорные органы в сфере рекламы и связей с обществен	ОК-4 ОК-6 ОК-11	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 к экзамену</i> <i>18, 19, 20</i>

	ностью		Умеет применять на практике законодательство о медийной деятельности и рекламе	ПР-4 реферат	
			Владеет знаниями о требованиях современного законодательства о медиадеятельности и медиадеятельности		

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 медиадеятельности требованиям закона	61-75
	умеет (продвинутый)	применять на практике законодательство о медийной	Умение применять на практике принципы медийного	Способность давать правовую оценку деятельности	76-85

		деятельности и рекламе	права	медиа	
	владеет (высокий)	знаниями о требованиях современного законодательства о медиадетельности	Владение навыками анализа деятельности средств массовой информации и их содержания относительно требований законодательства	Способность формулировать рекомендации для СМИ по улучшению их деятельности на основе требований закона	85-100
способностью понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях (ОК-б)	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 рекламного бизнеса 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 в соответствии с требованиями закона «О СМИ» и «О	76-85

				рекламе»	
	владеет (высокий)	способностям и руководства ваться в профессионал ьной деятельности нормами российского медийного права	Владение приемами оптимизации работы медиа и рекламного бизнеса исходя из требований законодатель ства от СМИ	Способность определить основные правовые требования к деятельности конкретного медиа	85- 100
способность использовать основы правовых знаний различных сферах жизнедеятельно сти (ОК-11)	знает (пороговый уровень)	требования российского законодательс тва к медийному контенту	Знание требований закона к медиаконтен т	Способность формировать медиаконтент, соответствующ ий требованиям закона	61- 75
	умеет (продвинут ый)	проводить анализ соответствия текстов для СМИ требованиям закона «О СМИ» и «О рекламе» и иных профильных нормативных правовых актов	Умение использовать требования закона в профессиона льной деятельности по подготовке медиаконтен т	Способность оценивать медиаконтент на предмет соответствия требованиям законодательс тва	76- 85
	владеет (высокий)	принципами редактирован ия текстов для медиа в соответствии с требованиями действующего медийного законодательс тва	Владение приемами определения необходимос ти редактуры медиаконтен та	Способность редактировать медиаконтент в соответствии с требованиями закона	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 написанию реферата.

Самостоятельная работа по вопросам подготовке 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>	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.
24 - 15	<i>«хорошо»</i>	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 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.

