

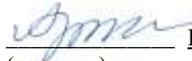


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»


Т.Д. Лыкова
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ
Директор Департамента коммуникаций и медиа


Н.А. Аргылов
(подпись) (ФИО.)
«10» января 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Медиаправо
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль Реклама и связи с общественностью
Форма подготовки очная

курс 1 семестр 2
лекции 18 час.
практические занятия 36 час.
лабораторные работы 00 час.
в том числе с использованием МАО лек.0 /пр. 0 /лаб. 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 36 час.
в том числе с использованием МАО 20 час.
самостоятельная работа 54 час.
в том числе на подготовку к экзамену 27 час.
контрольные работы (количество) не предусмотрены
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены
зачет не предусмотрен
экзамен 2 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.
Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 3 от «10» января 2020 г.

Директор Департамента коммуникаций и медиа канд.полит.наук, Аргылов Н.А. 
Составители: к.полит.н., доцент П.Ю.Самойленко

Владивосток
2020

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:

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

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:

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

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

III. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:

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

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:

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

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель: освоения дисциплины «Медиаправо» - развитие у студентов должного уровня компетенций, позволяющих эффективно выстраивать коммуникации в области журналистики и контакты со СМИ с учетом требований современного рекламного законодательства, знаний об основах правовой системы, видах ответственности и принципах правового поведения в профессиональной сфере и гражданском обществе. .

Задачи:

- планирование и организация системы коммуникаций в медиаотрасли, проведение мероприятий в профессиональной сфере с учетом требований современного российского законодательства;

- изучение основ российского рекламного и медийного законодательства и его требований применительно к задачам профессиональной деятельности;

- понимание принципов и методов работы контролирующих и надзорных органов в профессиональной сфере, изучение основ взаимодействия с надзорными, контролируемыми и правоохранительными органами;

- анализ и интерпретация первичной и вторичной информации в сфере журналистики с точки зрения правовых требований.

- изучение основных нормативных правовых актов, касающихся рекламной и информационной деятельности..

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
--	---	---

<p>Медиакоммуникационная система</p>	<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2. Умеет осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>
--------------------------------------	--	--

		<p>ОПК-5.3. Владеет основными методами и навыками проведения анализа и определения тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>
--	--	---

<p>Эффекты</p>	<p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-7.2. Умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p>ОПК-7.3. Владеет способностью учитывать последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной</p>
----------------	---	--

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (18 ч.)

Модуль 1. Структура современного законодательства (9 час.)

Раздел I. Теория современного права (4 час.)

Тема 1. История развития права, правовые институты древности в сфере рекламы (2 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 (5 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 (2 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 рекламе и связях с общественностью (9 час.)

Раздел I. Российское законодательство о рекламе (4 час.)

Раздел 1. Законодательство о рекламе (4 час.)

Тема 1. Закон О СМИ и закон О 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 рекламы и деятельность СМИ (2 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 (1 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 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 (2 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 И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (36 час)

Занятие 1. Структура современного законодательства (9 ч.)

Обсуждение темы: «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 в истории цивилизации.

Занятие 2. Современная система российского законодательства (9 ч.)

Обсуждение темы: «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, рекламы и связей с общественностью и медиа. В рамках практических занятий формулируются и рассматриваются основные черты современной российской правовой системы (6 часа).

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

Обсуждение темы: «Закон о СМИ», «Закон о рекламе», «Законодательство об основных гарантиях избирательных прав граждан», «Законодательство о защите прав потребителей». 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, надзорную и контрольную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью (9 ч.)

Обсуждение темы: «Государственный контроль», «Государственный надзор», «Система российских органов власти», «Российские правоохранительные органы», «Основные виды нарушений в сфере рекламы и связей с общественностью», также производится обозначение и обсуждение особенностей административной и иных видов ответственности за нарушения в области рекламы и связей с общественностью в истории цивилизации (6 часа).

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Медиаправо» 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

	Контролируемые модули/разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций			Оценочные средства - наименование	
					текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема 1. Структура современного законодательства	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разно стороннего освещения в создаваемых	ОПК-5.1.	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Выполнение практических заданий, ПР-1, ПР-4	УО-1 Устный опрос (зачет) УО-4 - Дискуссия Вопросы №1-8
			ОПК-5.2.	Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.		

		медиа текст ах и (или) медиа продуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-5.3	Владеет навыками редактирования текстов для медиа в соответствии с требованиями действующего медийного законодательства		
2	Тема №2 Современная система российского законодательства	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ОПК – 7.2.	Знает основные нормы современного русского литературного языка и базовые принципы речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; основные грамматические нормы изучаемого иностранного языка; обладает достаточным словарным запасом.	Выполнение практических заданий, ПР-1, ПР-4	УО-1 Устный опрос (зачет). УО-4 - Дискуссия Вопросы: 9, 11, 13, 22,
			ОПК – 7.1	Умеет грамотно, логически верно и аргументированно излагать свои мысли в процессе речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; общаться на бытовые и профессиональные темы на		

				изучаемом иностранном языке в устной и письменной форме; читать, переводить и реферировать литературу по своей специальности со словарем и без него; понимать речь изучаемого иностранного языка на слух.		
			ОПК – 7.3	Владеет навыками логичного и грамотного речевого взаимодействия в устной и письменной форме на русском и иностранном языках; основами грамматических норм изучаемого иностранного языка; достаточным словарным запасом; основными приемами общения.		
3	Тема 3 Российское законодательство о рекламе	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профес	ОПК-7.1.	Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Выполнение практических заданий, ПР-1, ПР-4	УО-1 Устный опрос (зачет). Вопросы: 8, 10, 12, 15-18, 21.
			ОПК-7.2.	Умеет осуществлять отбор информации, профессиональн		

		сион ально й деяте льнос ти, следу я принц ипам социа льной ответ ствен ности		ых средств и приемов рекламы и связей с общественность ю в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональн ым сообществом		
			ОПК-7.3.	Владеет способностью учитывать последствия своей профессиональн ой деятельности, следуя принципам социальной ответственности, проводить антикризисные мероприятия		
4	Тема №4 Государстве нные органы, осуществля ющие правоприме5 нительную деятельность в сфере рекламы и связей с общественно стью	ОПК-2 Спос обен учить ывать тенде нции разви тия обще ствен ных и госуд арств енны х инсти тутов для их разно сторо ннего	ОПК-5.1.	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирован ия и тенденции развития	Выполне ние практиче ских за даний, ПР-1, ПР-4.	УО-1 Устный опрос (зачет)
			ОПК-5.2.	Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественность ю и/или коммуникационн ых продуктов.		

		освещения в создаваемых медиа текстах и (или) медиа продуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-5.3	Владеет навыками редактирования текстов для медиа в соответствии с требованиями действующего медийного законодательства		
--	--	--	---------	--	--	--

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 И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5 - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/414955>

2. Основы теории государства и права. Учебник. Под редакцией Балковой В.Г. Электрон. Ресурс. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=IPRbooks:IPRbooks-25773&theme=FEFU>

3. Российское законодательство о рекламе Учебное пособие под редакцией Степанова А.Г. Электрон. Ресурс. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:473926&theme=FEFU>

Дополнительная литература (печатные и электронные издания)

1. 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>

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

3. О защите прав потребителей: федер. закон от 07.02.1992 N 2300-1 (ред.от 13.07.2015) [Электронный ресурс]// Консультант Плюс. – Электрон.дан. – Режим доступа: URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

4. Козлова, Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. - 376 с. – <http://znanium.com/catalog.php?item=booksearch&code8E#none>

5. Коммуникология: коммуникационный консалтинг: Учебное пособие / Шарков Ф.И. - М.: Дашков и К, 2016. - 408 с. – <http://znanium.com/catalog/product/291622>

6. Меликян, О.М. Поведение потребителей / О.М. Меликян. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 280 с. – http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=56272

7. Пономарева, А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с. (Высшее образование: Магистратура) – <http://znanium.com/catalog/product/543676>

8. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества [Электронный ресурс]: учебное пособие/

Протасова О.Л., Бикбаева Э.В., Наумова М.Д.— Электрон. текстовые данные.— Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 80 с. – <http://www.iprbookshop.ru/64567.html>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Изучение дисциплины проводится на основе рейтинговой технологии. При осуществлении образовательного процесса используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (PowerPoint, Word), Open Office, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «Медиаправо» выполняется по следующему алгоритму.

1. Вся основная теоретическая база излагается на лекциях, но для усвоения материала студентам предлагается и самостоятельное изучение теоретического материала.

2. Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими семинарскими занятиями, на которых студенты отвечают на вопросы и вступают в коллективные обсуждения и дискуссии. Студент в течение семестра 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.

3. Во второй половине семестра студенту предлагается самостоятельно подготовиться к тестированию. Студент должен проработать информацию, используя все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников для формирования собственных ответов.

4. 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 письменных работ.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 34) Оборудование: плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA Проектор, модель Mitsubishi, экран Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF Доска аудиторная	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F621 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа

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.

VIII. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**Методические рекомендации, определяющие процедуры
оценивания результатов освоения дисциплины**

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Медиаправо» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация по дисциплине «Медиаправо» проводится в форме контрольных мероприятий, практических занятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

- степень усвоения теоретических знаний;

- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;

- результаты самостоятельной работы. По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Для оценивания степени усвоения теоретических знаний, практических умений и навыков используются оценочные средства в виде УО-2 Собеседование, УО-2 круглый стол, диспут, полемика, дебаты.

Критерии оценки указаны ниже.

Перечень оценочных средств

Код ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
УО-2	Собеседование	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Вопросы/задания по темам/разделам дисциплины

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Медиаправо» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

В зависимости от вида промежуточного контроля по дисциплине и формы его организации могут быть использованы различные критерии оценки знаний, умений и навыков.

Критерии оценки (устного доклада, дискуссии, эссе, в том числе выполненных в форме презентаций):

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. 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:

ценка	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 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
формление	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 литературы и знакомство с дополнительно 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 - балл – 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)

✓ 100-85 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 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной 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; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием 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.

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов 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 зачете
по дисциплине «Медиаправо»:**

100-86	<i>«отлично»</i>	Выполнен полный объем работы, ответ студента полный и правильный. Студент способен обобщить материал, сделать собственные выводы, выразить свое мнение, привести иллюстрирующие примеры Оценка «отлично» выставляется студенту, только если ему предварительно зачтены практические работы, результаты защиты реферата, прохождения тестирования.
85-76	<i>«хорошо»</i>	Выполнено 75% работы, ответ студента правильный, но неполный. Не приведены иллюстрирующие примеры, обобщающее мнение студента недостаточно четко выражено. Оценка «хорошо» выставляется студенту, только если ему предварительно зачтены практические работы, результаты защиты реферата, прохождения тестирования.
75-61	<i>«удовлетворительно»</i>	Выполнено 50% работы, ответ правилен в основных моментах, нет иллюстрирующих примеров, нет собственного мнения студента, есть ошибки в деталях и/или они просто отсутствуют. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, только если ему предварительно зачтены практические работы, результаты защиты реферата, прохождения тестирования.
Менее 61	<i>«не удовлетворительно»</i>	Оценка «не удовлетворительно». Выполнено менее 50% работы, в ответе существенные ошибки в основных аспектах темы. Студент не показывает готовность к формированию своего интеллектуального уровня, не способен сознавать значение общекультурного уровня для своего профессионального мастерства. Оценка «не удовлетворительно» выставляется студенту, если он освоил не все знания, умения и навыки компетенций дисциплины