



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования

«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Департамент коммуникаций и медиа

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП 42.04.01

«Реклама и связи с общественностью»

_____ Р. А. Захаркин

«10» марта 2021г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Департамента
коммуникаций и медиа

_____ Н.А. Аргылов

«10» марта 2021г.

Рабочая программа дисциплины

Правовые основы в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программа магистратуры

Форма подготовки очная

курс 2 семестр 3

лекции 0 час.

практические занятия 36 час.

В том числе с использованием МАО лек. 0 /пр. 10 /лаб. 0 час.

всего часов аудиторной нагрузки 36 час.

в том числе с использованием МАО 10 час.

самостоятельная работа 72 час.

в том числе на подготовку к экзамену 0 час.

зачет 3 семестр

экзамен не предусмотрен

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования (ВО) – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47224).

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 3 от 10 марта 2021 г.

Директор департамента коммуникаций и медиа канд.полит.наук Аргылов Н.А.

Составитель: к.полит. наук., доцент ДКМ Самойленко П.Ю.

Владивосток
2021

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента

Протокол от «_»_20_г. № _

Директор департамента _ _

(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

Протокол от «_»_20_г. № _

Директор департамента _ _

(подпись) (И.О. Фамилия)

III. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

Протокол от «_»_20_г. № _

Директор департамента _ _

(подпись) (И.О. Фамилия)

IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

Протокол от «_»_20_г. № _

Директор департамента _ _

(подпись) (И.О. Фамилия)

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Правовые основы в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части (раздел «Дисциплины») учебного плана направления 42.04.01. Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре при очной форме обучения. В качестве формы отчетности по дисциплине предусмотрен зачет.

Целью изучения дисциплины «Правовые основы в рекламе и связях с общественностью» является развитие у студентов должного уровня компетенций, позволяющих эффективно выстраивать коммуникации в области рекламы и связей с общественностью и контакты со СМИ в условиях интеграции Дальнего Востока России в АТР.

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

- **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 с применением форм и методов рекламы и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины «Научно-исследовательский семинар «Правовые основы в рекламе и связях с общественностью» магистранты должны овладеть следующими компетенциями:

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Самоорганизация и саморазвитие в том числе здоровьесбережение)	УК-1 Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций:	УК-1.3 Вырабатывает стратегию действий на основе критического и системного анализа
	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Вырабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
УК-1.3 Вырабатывает стратегию действий на основе критического и системного анализа	Знает основные теоретические положения о идеологических и ценностных системах, сформировавшихся в ходе исторического развития, в рамках рекламной и PR деятельности
УК-3.1 Вырабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели	Умеет применять на практике принципы командной стратегии для достижения поставленной цели в области РСО

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Медиакоммуникационная система	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
		ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает: содержание и особенности процесса рекламной деятельности особенности формирования рекламного рынка в условиях глобализации и информационной экономики и современных правовых систем
ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования	Знает: структуру и основные типологии медийных рынков применительно к правовому регулированию

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Правовые основы в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения:

- групповая дискуссия;
- ролевая игра.

II. Трудоёмкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единиц (108 академических часов).

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Видами учебных занятий и работы обучающегося по дисциплине могут являться:

Обозначение	Виды учебных занятий и работы обучающегося
Пр	Практические занятия
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения
Контроль	Самостоятельная работа обучающегося и контактная работа обучающегося с преподавателем в период промежуточной аттестации

Структура дисциплины:

Форма обучения – очная .

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося					Формы промежуточной аттестации, текущего контроля успеваемости
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР	
1	Правовые основы в рекламе и связях с общественностью.	1			36		72	
	Итого:				36		72	зачет

III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (В РАМКАХ ДАННОГО ПРЕДМЕТА ЛЕКЦИОННЫЕ ЗАНЯТИЯ НЕ ПРЕДУСМОТРЕНЫ)

IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (36 ЧАС.)

Занятие 1. Структура современного законодательства (9 ч.)

Занятие проводится в интерактивной форме с применением метода *групповой дискуссии*. В форме групповой дискуссии происходит также 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 (6 часа).

Практическое занятие с использованием метода активного обучения – *ролевой игры*, рассматривающего разные стороны и виды общения по заданному алгоритму. (3 часа).

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

Занятие проводится в интерактивной форме с применением метода *групповой дискуссии*. В форме групповой дискуссии происходит также 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 (6 часа).

Практическое занятие с использованием метода активного обучения – *ролевой игры*, рассматривающего разные стороны и виды общения по заданному алгоритму. (3 часа).

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

Занятие проводится в интерактивной форме с применением метода *групповой дискуссии*. В форме групповой дискуссии происходит также обсуждение темы: «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(6 часа).

Практическое занятие с использованием метода активного обучения – *ролевой игры*, рассматривающего разные стороны и виды общения по заданному алгоритму. (3 часа).

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

Занятие проводится в интерактивной форме с применением метода *групповой дискуссии*. В форме групповой дискуссии происходит также обсуждение темы: «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 (6 часа).

Практическое занятие с использованием метода активного обучения –

ролевой игры, рассматривающего разные стороны и виды общения по заданному алгоритму. (3 часа).

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Правовые основы в рекламе и связях с общественностью» включает в себя:

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	1-18 неделя 1,2,3 сем. 1-12 неделя 4 сем.	Подготовка к практическому занятию	24.	Работа на практических занятиях
2.	2-18 неделя	Подготовка письменной работы	26	Защита письменной работы
4	18 неделя	Подготовка к зачету	22	Устный опрос (зачет)
		ИТОГО	72	

Учебный процесс студента по данной дисциплине сводится в последовательном изучении тем и написанию выпускной квалификационной работы (ВКР), проведению исследований по заданию ведущего преподавателя.

Студентам необходимо ознакомиться: с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, с графиком консультаций преподавателей кафедры. Согласно календарного графика контрольных

мероприятий текущей успеваемости, преподаватель на занятиях принимает у студента защиту перечисленных работ, проводит текущий и рейтинговый контроль.

Для изучения теоретического материала курса дисциплины рекомендуется использовать основную и дополнительную литературу, а также осуществлять поиск и подбор литературы самостоятельно для написания ВКР. По окончании каждого семестра студент проходит итоговый контроль знаний по данной дисциплине. Зачет с оценкой является формой итогового контроля знаний и умений, полученных на практических занятиях и в процессе самостоятельной работы.

Основные требования к содержанию письменной работы

При написании письменной работы по ниже представленным темам магистранты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно.

Магистрант 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). Магистранту 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* письменная работа состоит из:

1. Титульного листа;
2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;
3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. Письменная работа должна содержать иллюстрации, таблицы,

графики, но ими не следует "перегружать" текст;

4. Заключение, 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 работы определяется ведущим преподавателем в зависимости от процесса работы. 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.

Письменная работа пишется магистрантами в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем. При зачете письменной работы 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. Письменная работа оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

При написании письменной работы магистранты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно. Объем работы зависит от изучаемой темы, оформление согласно правилам, размещенным на сайте ДВФУ. В работе должна быть показана актуальность темы, цель и задачи исследования по данной проблематике, а также краткое раскрытие темы с выводами. Магистрант способен выявлять проблемные области, выдвигать оригинальные идеи решений и критически их обсуждать в группе.

Темы исследовательских заданий соответствуют темам ВКР, а также заданиям ведущего преподавателя и самостоятельным научным работам, выбранных магистрантами.

2. Подготовка докладов, сообщений на практических занятиях

Подготовка сообщений и докладов по вопросам практических занятий

являются ведущим дидактическим инструментом в изучении данной дисциплины.

Доклад – это научный труд, построенный в лекционной форме сообщения, представляет собой развёрнутое публичное выступление, касающееся углублённого изложения определённого вопроса или темы. Доклад является формой работы, при которой студент самостоятельно прорабатывает теоретический материал, находит подтверждающие выводы примеры в реальной жизни и выступает на практическом занятии.

При подготовке к докладам необходимо:

- подготовить сообщение, включающее сравнение точек зрения различных авторов;
- сообщение должно содержать анализ точек зрения, изложение собственного мнения или опыта по данному вопросу, примеры;
- вопросы к аудитории, позволяющие активизировать аудиторию и оценить степень усвоения изложенной информации;
- выделение основных мыслей, так чтобы остальные студенты могли конспектировать сообщение в процессе изложения.

Сообщение как форма устного выступления на практических занятиях должно удовлетворять следующим критериям:

- 1) критерий правильности, т.е. соответствие языковым нормам;
- 2) критерий смысловой адекватности, т.е. соответствие содержания выступления реальности;
- 3) критерий эффективности, т.е. соответствия достигнутых результатов поставленной цели.

В содержании доклада (выступления) должны быть отражены: актуальность и степень изученности проблемы; цель и задачи исследования; предмет рассмотрения или предлагаемый вариант решения; примеры; наглядное представление информации; преимущества предлагаемого варианта решения; результаты, выводы, рекомендации; область применения полученных результатов.

Объектами оценивания выступают:

1. *Уровень овладения практическими умениями и навыками* оценивается по активности работы на семинарских 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.

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»).

Письменная работа по теме считается зачтенной 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 составляет более 6 баллов.

Письменная работа оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено». 10- 6 баллов - студент понимает базовые основы вопросов, источники знаний и приемы работы с ними, основные особенности научного метода познаний, основные понятия; программно-целевые методы решения научных проблем, основные направления развития и актуальные проблемы рекламы и связей с общественностью и 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.

3. *Результаты самостоятельной работы.* Самостоятельная работа заключается в подготовке к практическим занятиям и написание письменной работы.

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 работы считается выполненной и зачтенной в случае, когда при сдаче письменной работы преподавателю студент получает балл выше 6 (письменная работа оценивается в 10 бальной системе).

VI. 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	УК-1.3; УК-3.1;	Знает: содержание и особенности процесса рекламной деятельности особенности формирования рекламного рынка в условиях глобализации и информационной экономики и современных правовых систем Умеет применять: классифицировать и различать различные виды рекламных рынков, их	Доклад, сообщение (УО-3), круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4).	Вопросы к зачету 1, 3

			особенности и выявлять признаки.		
			Владеет навыками анализа различных видов рекламных рынков в современных условиях, в том числе с применением новых технологий		
2	Тема 2. Теория права	ОПК-5.1; ОПК-5.2	Знает: структуру и основные типологии медийных рынков применительно к правовому регулированию	Доклад, сообщение (УО-3), круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4).	Вопросы к зачету 5, 7, 9
		Умеет: использовать в практической деятельности типологии медийного рынка			
		Владеет навыками разработки классификационных и типологических схем, позволяющих определять выявлять и систематизировать различные типы медийных рынков и их сегменты			
3	Тема 3. Российская система законодательства	УК-1.3; УК-3.1;	Знает: основные подходы и концепции объяснения особенностей современной медиа-экономики и медийного права	Доклад, сообщение (УО-3), круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4).	Вопросы к зачету 7, 10, 12
			Умеет применять методики и техники выявления факторов, определяющих современную медиа-экономику		
			Владеет навыками определения и оценки результативности и границ влияния различных факторов на медиа-экономику		
4	Тема 4. Законодательств о о СМИ	ОПК-5.1; ОПК-5.2	Знает: основные подходы к правовому применению, структуру и принципы современного российского права	Доклад, сообщение (УО-3), круглый стол,	Вопросы к зачету 6, 5, 13

			<p>Умеет критически выбрать наиболее пригодные методы разработки проблематики участия различных сил в медиа-экономике</p> <p>Владеет навыками анализа и концептуализации основных детеминирующих понятий медиа-поведения, составляющих медиа-экономику, методов влияния на потребительское поведение в условиях информационного общества</p>	<p>дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4).</p>	
5	<p>Тема 5. Регулирование деятельности в области связей с общественностью</p>	<p>ОПК-5.1; ОПК-5.2</p>	<p>Знает: психологические составляющие влияния Интернета на потребителей, особенности Интернета как коммуникативной среды и его влияния на экономику</p> <p>Умеет определять и классифицировать виды и типы Интернет-ресурсов, их влияние на медиа-рынок, особенности электронной информационной среды в продвижении товаров и услуг.</p> <p>Владеет навыками теоретического анализа и практического применения методик и технологий анализа Интернет-ресурсов, их влияния на медиа-экономику и рекламный бизнес, особенности использования ресурсов сети интернет в стратегических коммуникациях.</p>	<p>Доклад, сообщение (УО-3), круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4).</p>	<p>Вопросы к зачету 8, 11, 17</p>

6	Тема 6. Подзаконные нормативные правовые акты в области рекламы	ОПК- 5.1; ОПК- 5.2	Знает: основные подходы в исследованиях рекламного рынка стран Азиатско-тихоокеанского региона, особенности рекламных рынков данного региона, специфику поведения и действий азиатских рекламных рынков	Доклад, сообщение (УО-3), круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО- 4).	<i>Вопросы</i> к зачету <i>7, 12, 14</i>
Умеет: использовать различные классические и современные подходы в исследованиях рынка, исторический опыт, достоинства и ограничения различных методов прогнозирования рыночных моделей					
Владеет: практическими навыками использования различных подходов для анализа рынков, исторический опыт, достоинства и ограничения различных методов прогнозирования потребительского поведения на азиатских рынках и иных сегментах рынка АТР					
7	Тема 7. Государственные контролирующие и надзорные органы в сфере рекламы и связей с общественностью	УК- 1.3; УК- 3.1;	Знает: особенности медийных рынков Дальнего Востока России, специфику медиаэкономики региона, ключевые черты региональной медиа- экономики с точки зрения влияния на формирования единой рекламной среды, интегрированной в АТР	Доклад, сообщение (УО-3), круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО- 4).	<i>Вопросы</i> к зачету <i>18, 19, 20</i>

			<p>Умеет: квалифицированно использовать методы оценки рыночных моделей применительно к Дальнему Востоку России, отмечает ключевые особенности рыночных особенностей экономических процессов и тенденций в ДФО</p>		
			<p>Владеет: методами прогнозирования на рекламном рынке, анализа потребительского поведения и действий рекламодателей, особенностей развития рекламного рынка Дальнего Востока как максимально интегрированного в АТР региона</p>		

УО-1 - собеседование

УО-3 – доклад, сообщение

ПР-11 – разноуровневые задачи и задания

VII. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И 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

Электронная правовая энциклопедия. Электрон. Ресурс. Режим доступа:
http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pravo/Index_Pravo.php

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>

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. 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>

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/>

VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «Правовые основы в рекламе и связях с общественностью» основывается на следующей логической основе. Вся основная теоретическая база излагается на лекциях; для усвоения материала магистрам предлагается и самостоятельное изучение теоретического

материала.

Для более глубокой проработки отдельных тем дисциплины в начале семестра предлагается список тем для подготовки реферата, доклада или эссе. Магистр выбирает тему и самостоятельно в течение семестра готовит письменную работу, которую защищает в конце семестра. Реферат готовится в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению рефератов. Преподаватель контролирует результат индивидуальным собеседованием (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.

IX. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
<p>Мультимедийная аудитория:</p> <p>Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокмутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48</p> <p>Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro</p>	<p>г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 622</p> <p>Научная библиотека ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)</p>

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

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

X. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ФОРМЫ ОЦЕНИВАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по

дисциплине «Правовые основы в рекламе и связях с общественностью» проводится в соответствии с нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация проводится в форме контрольных мероприятий 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 знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Текущий контроль по дисциплине включает УО-1 – собеседование, УО-3 – подготовка к дискуссии, проверяющей знание особенностей формирования и функционирования основных институтов и процессов в сфере рекламы и связей с общественностью, УО-3 – подготовка доклада/сообщения по результатам письменной работы.

Критерии оценки доклада, сообщения

-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 мультимедийной презентации к докладу, сообщению

оценка	60 баллов и менее (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 PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации.	Использованы технологии PowerPoint частично. 3- 4 ошибки в представляемой информации.	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации.	Широко использованы технологии PowerPoint 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

Дискуссия (УО-4)

Темы для обсуждения на семинаре-дискуссии представлены в содержании практической части курса.

Оценка «отлично» 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.

Оценка «хорошо» 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.

Оценка «удовлетворительно» 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.

Промежуточная аттестация студентов

Промежуточная аттестация магистрантов по дисциплине «Научно-исследовательский семинар «Стратегическое управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Промежуточная аттестация магистрантов по дисциплине «Научно-исследовательский семинар «Стратегическое управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью» предусмотрена в виде зачета в устной форме в виде собеседования. При этом, оценка на зачете является комплексной, учитываются все оценки контрольных мероприятий текущей аттестации с весом, определяемым ведущим преподавателем. Оценка выставляется магистранту, только если ему предварительно были зачтены все выполнявшиеся виды работы (практические работы, выполнение самостоятельной работы).

Вопросы для подготовки к зачету

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 «Правовые основы в рекламе и связях с общественностью»

30- 25	<i>«отлично»</i>	Ответ на 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 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 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.
9 - 0	<i>«не удовлетворительно»</i>	Ответ на 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.