

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«**Российский государственный гуманитарный университет**»  
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра Медиакоммуникаций

**ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ МЕДИА**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Направление 42.04.05 – Медиакоммуникации**

**Направленность: Медиакоммуникации в цифровой среде**

**Уровень высшего образования: магистратура**

**Форма обучения: очная**

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Правовые аспекты медиа

Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

Доктор педагогических наук, кандидат юридических наук, доцент, профессор кафедры медиакоммуникаций, Коровяковский Денис Геннадьевич

Ответственный редактор

*доктор. филос. наук, профессор С.В. Клягин*

**УТВЕРЖДЕНО**

Протокол заседания кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы

№ 3 от 29.10.2024

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

### **1. Пояснительная записка**

1.1 Цель и задачи дисциплины

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

### **2. Структура дисциплины**

### **3. Содержание дисциплины**

### **4. Образовательные технологии**

### **5. Оценка планируемых результатов обучения**

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

### **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

### **9. Методические материалы**

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

## **Приложения**

Приложение 1. Аннотация дисциплины

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Цели освоения дисциплины «Правовые аспекты медиа» являются:

- формирование понимания роли права в демократическом обществе;
- получение представления об основах законодательства в области медиа в России и за рубежом;
- обучение применению полученных в ходе курса правовых знаний в творческой работе, защита своих профессиональных прав в интересах свободы выражения мнений, свободы творчества и развития массовой культуры.

Задачи:

- дать четкое представление о рекламе, специфике рекламной деятельности в современной России;
- предоставить систематизированную информацию о правовом регулировании рекламной деятельности как о совокупности норм и как о науке;
- способствовать освоению содержания и смысла правового регулирования в сфере рекламы;
- раскрыть особенности, достоинства и недостатки действующей в сфере рекламы правовой регламентации;
- показать возможности использования рекламы и рекламных технологий для профессиональных нужд.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	УК-1.1. Анализирует, верифицирует, оценивает полноту и достаточность информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполняет и синтезирует недостающую информацию.	<i>Уметь:</i> анализировать положения информационного права в сфере рекламного бизнеса.  <i>Владеть:</i> навыком применения информационного законодательства при реализации профессиональных функций в различных профессиональных ситуациях.
	УК-1.2. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценку информации; отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок.	<i>Уметь:</i> использовать знания информационного законодательства для осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью.  <i>Владеть:</i> навыками под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью с учетом

		норм информационного законодательства.
	УК-1.3. Разрабатывает альтернативные стратегии действий, в том числе в непривычных обстоятельствах, на основе критического анализа и системного подхода.	<p><i>Уметь:</i> Разрабатывать альтернативные стратегии действий, в том числе в непривычных обстоятельствах, на основе критического анализа и системного подхода.</p> <p><i>Владеть:</i> Грамотной, логичной, аргументированной речью для формирования собственных суждений и оценки информации на основе критического анализа и системного подхода.</p>
	УК-1.4. Принимает обоснованное решение, определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи.	<p><i>Уметь:</i> анализировать источники информации; применять методы системного подхода при формировании собственных суждений и оценки информации.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками принятия обоснованных решений и оценки практических последствий возможных решений задачи.</p>
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-2.2. Составляет план действий с учетом возможных потенциальных препятствий, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач.	<p><i>Уметь:</i> определять цели проекта, составлять план действий с учетом имеющихся ресурсов и возможных потенциальных препятствий.</p> <p><i>Владеть:</i> способностью управления проектом, навыками публичного представления результатов проделанной работы.</p>
	УК-2.5. Формирует отчетность в установленные сроки в соответствии с установленными требованиями и публично представляет результаты проделанной работы.	<p><i>Уметь:</i> формировать любую отчетность в установленные сроки и публично представляет результаты.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками публичной защиты отчетов по проделанной работе.</p>
	УК-4.4. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем,	<i>Уметь:</i> вести деловую переписку с учетом стилистических особенностей и требований к оформлению деловых писем; осуществлять

	социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном (-ых) и иностранном (-ых) языках.	деловую переписку, учитывая социокультурные различия в формате деловой корреспонденции.  <i>Владеть:</i> навыками ведения деловой переписки с учетом стилистических особенностей и требований к оформлению официальных и неофициальных деловых писем; осуществления деловой переписки с учетом социокультурных различий в формате деловой корреспонденции.
ПК-1. Способен осуществлять руководство производственным отделом.	ПК-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы.	<i>Знать:</i> основы специфики функционирования индустрии коммуникаций в современных условиях.  <i>Уметь:</i> комплексно оценивать контекст, в котором предполагается осуществление коммуникационных программ.  <i>Владеть:</i> навыками применения технологии организации коммуникационной работы.
ПК-3. Способен осуществлять самостоятельное написание авторских комментариев и других текстов в рамках редакционной политики.	ПК-3.2. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны.	<i>Знать:</i> основы формулирования целевого репутационного образа организации / компании / персоны.  <i>Уметь:</i> формулировать целевой репутационный образ организации / компании / персоны и интегрировать коммуникации для эффективной реализации коммуникативной стратегии.  <i>Владеть:</i> навыками контроля и регулирования целевого репутационного образа организации / компании / персоны.

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Правовые аспекты медиа» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.04.05 – Медиакоммуникации, направленность «Инновационный медиаменеджмент и медиапродюсирование».

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Межкультурное взаимодействие.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Разработка и продвижение контента, Разработка и реализация коммуникационной стратегии, технологическая практика, составление договоров по рекламной деятельности.

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

### *Структура дисциплины для очной формы обучения*

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семе стр	Тип учебных занятий	Количество часов (общее)	Количество часов (дистант)	Количество часов (аудитория)
<b>1</b>	Лекции	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>0</b>
<b>1</b>	Семинары/лабораторные работы	<b>20</b>	<b>14</b>	<b>6</b>
<b>Всего:</b>		<b>30</b>	<b>24</b>	<b>6</b>

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 60 академических часа(ов).

## 3. Содержание дисциплины:

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Введение в курс «Правовые аспекты медиа». История и источники медиа права.	Предмет, структура и задачи курса. Понятие медиаправа. Реклама, рекламная деятельность, рекламный бизнес в историческом развитии. Роль рекламы в социокультурной и правовой жизни людей. Генезис и развитие правового регулирования рекламных отношений в России в дореволюционный, советский и современный период. Актуальность для профессиональной пригодности будущих юристов знаний о сфере рекламного бизнеса и присущих ей правонарушениях. Свобода мысли и слова как неотъемлемое право человека. Источники медиаправа: конституция, международные договоры, законы, указы президента и постановления правительства. Конституция РФ (1993 г.) как основополагающий юридический акт прямого действия. Соответствие норм российской Конституции о свободе информации документам ООН и Совета Европы: Всеобщей декларации прав человека, Международного пакта о гражданских и политических правах, Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод. Понятие свободы массовой информации. Прецедентное право судебного органа Совета Европы – Европейского суда по правам человека по делам о нарушении

		положений статьи 10 Европейской конвенции. Закон РФ «О средствах массовой информации» (1991г.): история принятия. Правовой статус владельца новостного агрегатора. Реестр новостных агрегаторов. Регулирование онлайн-кинотеатров.
2	Информационная безопасность.	Недопустимость цензуры. Информационная безопасность. Доктрина информационной безопасности. Ограничения с целью противодействия терроризму и экстремизму. Федеральный закон «О противодействии терроризму». Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности». ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и его основные понятия. Единый реестр доменных имен и указателей страниц сайтов в сети Интернет, содержащих информацию, распространение которой в РФ запрещено. Ответственность за «лайки» и «репосты».
3	Виды и функции рекламной информации по действующему Российскому законодательству.	Специфика подходов к делению рекламы на виды. Факторы, влияющие на выбор классификационных оснований. Правовые и не правовые классификации рекламы. Общеправовая классификация рекламы. Гражданско-правовая классификация рекламы. Функции рекламы. Позитивные и негативные функции рекламы. Социальные функции (образовательная, экономическая, эстетическая, воспитательная) рекламы. Специальные функции рекламы.
4	Неприкосновенность частной жизни.	Гарантии неприкосновенности частной жизни. Персональные данные физических лиц. Федеральный закон РФ от 27 июля 2006 № 152-ФЗ «О персональных данных». Право на изображение. Согласие на распространение сведений. Обстоятельства, позволяющие журналистам использовать скрытую запись согласно российскому закону о СМИ. Защита общественных интересов. Личная жизнь публичных фигур. Открытые сведения о доходах и имуществе государственных чиновников. Различия прав на личную жизнь и на честь и достоинство. Судебная практика.
5	Правонарушения и юридическая ответственность по рекламному законодательству РФ.	Саморегулирование и государственный контроль в сфере рекламы. Понятие правонарушения по рекламному законодательству. Основные виды правонарушений по рекламному законодательству Российской Федерации. Понятие и виды ненадлежащей рекламы. Недобросовестная реклама. Недостоверная реклама. Скрытая и иная ненадлежащая реклама. Понятие юридической ответственности по рекламному законодательству. Юридическая ответственность субъектов рекламной деятельности. Гражданско-правовая ответственность за ненадлежащую рекламу. Административная ответственность за ненадлежащую рекламу.

		<p>Уголовная ответственность за ненадлежащую рекламу. Дисциплинарная ответственность за ненадлежащую рекламу. Материальная ответственность в сфере рекламной деятельности.</p> <p>Повышение эффективности государственного принуждения за противоправное поведение в процессе изготовления, размещения и распространения рекламного продукта.</p> <p>Профилактика нарушений рекламного права: понятие и основные формы. Роль федерального и территориального антимонопольного органов в профилактике правонарушений в сфере рекламы.</p> <p>Возможности органов саморегулирования в области рекламы в профилактике нарушений норм рекламного права.</p>
--	--	---

#### 4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебной работы	Образовательные и информационные технологии
1	2	3	4
1.	Введение в курс «Правовые аспекты медиа». История и источники медиа права.	<p>Лекция</p> <p>Практическое занятие</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Вводная лекция с использованием видеоматериалов.</p> <p>Интеллект-карта, работа с кейсами.</p> <p>Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций.</p>
2.	Информационная безопасность.	<p>Лекция</p> <p>Практическое занятие</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Вводная лекция с использованием видеоматериалов.</p> <p>Презентация проекта.</p> <p>Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций.</p>
3.	Виды и функции рекламной информации по действующему Российскому законодательству.	<p>Лекция</p> <p>Практическое занятие</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Вводная лекция с использованием видеоматериалов.</p> <p>Презентация проекта.</p> <p>Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций.</p>

4.	Неприкосновенность частной жизни.	Лекция  Практическое занятие  Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов.  Презентация проекта.  Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций.
5.	Правонарушения и юридическая ответственность по рекламному законодательству РФ.	Лекция  Практическое занятие  Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов.  Презентация проекта.  Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций.

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	1 баллов	22 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	2 баллов	48 баллов
- тестирование (темы 1-2)	15 баллов	15 баллов
- контрольная работа (темы 3-5)	15 баллов	15 баллов
Промежуточная аттестация (зачет)	40 баллов	40 баллов
<b>Итого за дисциплину (зачет)</b>		<b>100 баллов</b>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно» / не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

**5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Перечень вопросов для промежуточной аттестации**

Формируемые компетенции: УК-1; ПК-1, ПК-3.

1. Предмет, задачи, значение курса «Правовое регулирование рекламной и PR деятельности».
2. Система правового регулирования рекламной деятельности в РФ.
3. История правового регулирования рекламы в России.
4. Разграничение рекламы и смежных категорий.
5. Особенности рекламных правоотношений.

6. Понятие и признаки рекламы.
7. Общие требования, предъявляемые к рекламе.
8. Виды рекламы.
9. Понятие правового статуса субъектов рекламной деятельности. Организационно-правовые формы субъектов рекламной деятельности.
10. Права и обязанности субъектов рекламной деятельности.
11. Реклама в средствах массовой информации.
12. Реклама при кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях.
13. Правовое регулирование рекламы алкогольной продукции, пива, напитков, изготавливаемых на его основе.
14. Правовое регулирование рекламы табака, табачных изделий и курительных принадлежностей.
15. Правовое регулирование рекламы лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения.
16. Особенности регулирования рекламы биологически активных добавок и пищевых добавок продуктов детского питания.
17. Особенности рекламы о проведении стимулирующих мероприятий. Реклама основанных на риске игр, пари.
18. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах с их использованием.
19. Правовое регулирование рекламы с участием несовершеннолетних.
20. Правовое регулирование социальной рекламы.
21. Правовое регулирование спонсорской рекламы.
22. Правовое регулирование политической рекламы.
23. Правовое регулирование наружной рекламы.
24. Понятие средств индивидуализации, Общая характеристика их правовой охраны.
25. Защита прав на средства индивидуализации.
26. Органы государственной власти, осуществляющие контроль за соблюдением законодательства о рекламе.
27. Судебные органы в регулировании рекламной деятельности.
28. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
29. Гражданско-правовая ответственность за правонарушения в сфере рекламы.
30. Административная ответственность за правонарушения в сфере рекламы.

### **Оценочные средства текущего контроля**

В соответствии с учебным планом в структуре учебной дисциплины «Правовые аспекты медиа» предусмотрена одна текущая аттестация.

Форма текущего контроля: творческие задания.

Формируемые компетенции: УК-1; ПК-1, ПК-3.

#### **Творческие задания**

1. Составьте сравнительную таблицу нормативно-правовых актов в области медиа.
2. Правовые рекомендации для работы журналиста в суде
3. Закон об «иностранных СМИ» и другие изменения законодательства в сфере массовых коммуникаций
4. СМИ vs Роскомнадзор. Как сделать журналистский материал и не нарушить закон о персональных данных?
5. Редакция как оператор персональных данных
6. Юридическая безопасность СМИ при работе с данными о «частной жизни»

7. «Что можно – то можно, а больше нельзя»: что нужно знать журналисту о противодействии экстремизму
8. Что нужно знать СМИ об авторском праве?
9. Пути разрешения диффамационного конфликта
10. Как работать и отдыхать в соцсетях, не подставляясь по удар
11. В течение недели посмотрите известные телеканалы. Выберите пять наиболее запоминающихся, на ваш взгляд, рекламных роликов. Поддержаны ли они печатными кампаниями? Сформулируйте предложение на основании этих роликов. Отражено ли это предложение в печатной кампании? Определите перечень нормативно-правовых актов в данном вопросе.
12. Найдите в СМИ рекламный текст и PR-текст на одну и ту же тему. Например, публикация (репортаж и т.д.) о компании и ее продуктах и реклама этого продукта в рекламном блоке или ролике. Опишите нормативно-правовые акты, которыми данный вопрос регулируется.
13. Напишите эссе на тему: «Право на информацию» Объем – 2-3 страницы.
14. Составьте обзорную статью по направлению «Правовые основы медиа» (отрасль на выбор студента).
15. Разработайте аргументы для решения конфликта путем медиации между СМИ и другим субъектом.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1. Список источников и литературы**

#### **Литература**

##### **Основная**

1. Булатецкий, Ю. Е. Коммерческое право : учебник для вузов / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов ; под редакцией С. Н. Бабурина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — 3435 (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8000-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449837>
2. Васильева, Н. В. Система правового регулирования : учебное пособие / Н. В. Васильева. — Омск : Омская академия МВД России, 2017. — 116 с. — ISBN 978-5-88651-671-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83639.html>
3. Исаенко, Е. В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 351 с. — ISBN 978-5-238-01662-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81720.html>
4. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — URL: <https://urait.ru/bcode/477847>
5. Панкеев, И. А. Правовое регулирование СМИ : учебное пособие для студентов вузов / И. А. Панкеев. — Москва : Аспект Пресс, 2019. — 376 с. — ISBN 978-5-7567-1010-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87953.html>
6. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. — Москва : ЮНИТИ- ДАНА, 2017. — 240 с. — ISBN 978-5-238-01546-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81824.html>

### *Дополнительная:*

1. Андреева, Н. Н. Организация рекламной деятельности в АПК : учебное пособие / Н. Н. Андреева. — Санкт-Петербург : Проспект Науки, 2017. — 88 с. — ISBN 978-5-903090-18-1. — Текст : электронный // Электронно- библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80088.html>
2. Баранов, В. А. Коммерческое право. Правовое регулирование организации коммерческой деятельности : учебное пособие / В. А. Баранов. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 128 с. — ISBN 978-5-8265-1711-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85957.html>
3. Гринь, С. Н. Рекламная деятельность в туризме : методическое пособие (курс лекций) / С. Н. Гринь. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. — 171 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86413.html>
4. Засеева, В. С. Основы правового регулирования гражданских и правовых правоотношений : учебное пособие / В. С. Засеева. — Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2017. — 112 с. — ISBN 978-5-4377-0078-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/58547.html>
5. Казанина, Т. В. Правовое регулирование предпринимательской деятельности : монография / Т. В. Казанина, Р. Н. Палеев, Р. В. Шагиева. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 178 с. — ISBN 978-5-4486-0669-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81317.html>

### **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals

### **1.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

### **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9. Методические материалы**

### **9.1. Планы практических занятий**

**Практическое занятие 1 (4ч). Введение в курс «Правовые аспекты медиа». История и источники медиа права.**

#### **Учебные вопросы:**

1. Понятие медиа права.
2. Генезис и развитие правового регулирования рекламных отношений в России в дореволюционный, советский и современный период.
3. Понятие свободы массовой информации.
4. Закон РФ «О средствах массовой информации» (1991г.): история принятия.
5. Правовой статус владельца новостного агрегатора. Реестр новостных агрегаторов.

#### **Литература**

##### **Основная**

1. Булатецкий, Ю. Е. Коммерческое право : учебник для вузов / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов ; под редакцией С. Н. Бабурина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — 3435 (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8000-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449837>
2. Васильева, Н. В. Система правового регулирования : учебное пособие / Н. В. Васильева. — Омск : Омская академия МВД России, 2017. — 116 с. — ISBN 978-5-88651-671-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83639.html>
3. Исаенко, Е. В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 351 с. — ISBN 978-5-238-01662-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81720.html>
4. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — URL: <https://urait.ru/bcode/477847>
5. Панкеев, И. А. Правовое регулирование СМИ : учебное пособие для студентов вузов / И. А. Панкеев. — Москва : Аспект Пресс, 2019. — 376 с. — ISBN 978-5-7567-1010-

6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87953.html>

6. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. — Москва : ЮНИТИ- ДАНА, 2017. — 240 с. — ISBN 978-5-238-01546-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81824.html>

#### *Дополнительная:*

1. Андреева, Н. Н. Организация рекламной деятельности в АПК : учебное пособие / Н. Н. Андреева. — Санкт-Петербург : Проспект Науки, 2017. — 88

с. — ISBN 978-5-903090-18-1. — Текст : электронный // Электронно- библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80088.html>

2. Баранов, В. А. Коммерческое право. Правовое регулирование организации коммерческой деятельности : учебное пособие / В. А. Баранов. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 128 с. — ISBN 978-5-8265-1711-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85957.html>

3. Гринь, С. Н. Рекламная деятельность в туризме : методическое пособие (курс лекций) / С. Н. Гринь. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. — 171 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86413.html>

4. Засеева, В. С. Основы правового регулирования гражданских и правовых правоотношений : учебное пособие / В. С. Засеева. — Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2017. — 112 с. — ISBN 978-5-4377-0078-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/58547.html>

5. Казанина, Т. В. Правовое регулирование предпринимательской деятельности : монография / Т. В. Казанина, Р. Н. Палеев, Р. В. Шагиева. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 178 с. — ISBN 978-5-4486-0669-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81317.html>

#### *Интернет-ресурсы*

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals

#### *Материально-техническое обеспечение*

Материально-технические средства: мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран, учебная доска (интерактивная учебная доска) и инструменты (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

#### **Практическое занятие 2 (4ч.). Информационная безопасность.**

##### **Учебные вопросы:**

1. Доктрина информационной безопасности.
2. Ограничения с целью противодействия терроризму и экстремизму.

3. Единый реестр доменных имен и указателей страниц сайтов в сети Интернет, содержащих информацию, распространение которой в РФ запрещено.
4. ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и его основные понятия.

### **Практические задания:**

1. Определите перечень НПА об информационной безопасности и проанализируйте их.
2. Проанализируйте ответственность за «лайки» и «репосты».

### **Литература**

#### **Основная**

1. Булатецкий, Ю. Е. Коммерческое право : учебник для вузов / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов ; под редакцией С. Н. Бабурина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — 3435 (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8000-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449837>

2. Васильева, Н. В. Система правового регулирования : учебное пособие / Н. В. Васильева. — Омск : Омская академия МВД России, 2017. — 116 с. — ISBN 978-5-88651-671-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83639.html>

3. Исаенко, Е. В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 351 с. — ISBN 978-5-238-01662-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81720.html>

4. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — URL: <https://urait.ru/bcode/477847>

5. Панкеев, И. А. Правовое регулирование СМИ : учебное пособие для студентов вузов / И. А. Панкеев. — Москва : Аспект Пресс, 2019. — 376 с. — ISBN 978-5-7567-1010-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87953.html>

6. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 240 с. — ISBN 978-5-238-01546-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81824.html>

#### **Дополнительная:**

1. Андреева, Н. Н. Организация рекламной деятельности в АПК : учебное пособие / Н. Н. Андреева. — Санкт-Петербург : Проспект Науки, 2017. — 88

с. — ISBN 978-5-903090-18-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80088.html>

2. Баранов, В. А. Коммерческое право. Правовое регулирование организации коммерческой деятельности : учебное пособие / В. А. Баранов. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 128 с. — ISBN 978-5-8265-1711-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85957.html>

3. Гринь, С. Н. Рекламная деятельность в туризме : методическое пособие (курс лекций) / С. Н. Гринь. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. — 171 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86413.html>

4. Засеева, В. С. Основы правового регулирования гражданских и правовых правоотношений : учебное пособие / В. С. Засеева. — Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2017. — 112 с. — ISBN 978-5-4377-0078-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/58547.html>

5. Казанина, Т. В. Правовое регулирование предпринимательской деятельности : монография / Т. В. Казанина, Р. Н. Палеев, Р. В. Шагиева. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 178 с. — ISBN 978-5-4486-0669-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81317.html>

### **Интернет-ресурсы**

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals

### **Материально-техническое обеспечение**

Материально-технические средства: мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран, учебная доска (интерактивная учебная доска) и инструменты (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

## **Практическое занятие 3 (4ч.). Виды и функции рекламной информации по действующему Российскому законодательству.**

### **Учебные вопросы:**

1. Специфика подходов к делению рекламы на виды.
2. Факторы, влияющие на выбор классификационных оснований.
3. Правовые и не правовые классификации рекламы.
4. Общеправовая классификация рекламы.
5. Гражданско-правовая классификация рекламы.
6. Функции рекламы.
7. Позитивные и негативные функции рекламы.

### **Литература**

#### **Основная**

1. Булатецкий, Ю. Е. Коммерческое право : учебник для вузов / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов ; под редакцией С. Н. Бабурина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — 3435 (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8000-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449837>

2. Васильева, Н. В. Система правового регулирования : учебное пособие / Н. В. Васильева. — Омск : Омская академия МВД России, 2017. — 116 с. — ISBN 978-5-88651-671-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83639.html>

3. Исаенко, Е. В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 351 с. — ISBN 978-5-238-01662-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81720.html>

4. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/477847>

5. Панкеев, И. А. Правовое регулирование СМИ : учебное пособие для студентов вузов / И. А. Панкеев. — Москва : Аспект Пресс, 2019. — 376 с. — ISBN 978-5-7567-1010-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87953.html>

6. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. — Москва : ЮНИТИ- ДАНА, 2017. — 240 с. — ISBN 978-5-238-01546-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81824.html>

#### *Дополнительная:*

1. Андреева, Н. Н. Организация рекламной деятельности в АПК : учебное пособие / Н. Н. Андреева. — Санкт-Петербург : Проспект Науки, 2017. — 88

с. — ISBN 978-5-903090-18-1. — Текст : электронный // Электронно- библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80088.html>

2. Баранов, В. А. Коммерческое право. Правовое регулирование организации коммерческой деятельности : учебное пособие / В. А. Баранов. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 128 с. — ISBN 978-5-8265-1711-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85957.html>

3. Гринь, С. Н. Рекламная деятельность в туризме : методическое пособие (курс лекций) / С. Н. Гринь. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. — 171 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86413.html>

4. Засеева, В. С. Основы правового регулирования гражданских и правовых правоотношений : учебное пособие / В. С. Засеева. — Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2017. — 112 с. — ISBN 978-5-4377-0078-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/58547.html>

5. Казанина, Т. В. Правовое регулирование предпринимательской деятельности : монография / Т. В. Казанина, Р. Н. Палеев, Р. В. Шагиева. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 178 с. — ISBN 978-5-4486-0669-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81317.html>

#### *Интернет-ресурсы*

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals

#### *Материально-техническое обеспечение*

Материально-технические средства: мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран, учебная доска (интерактивная учебная доска) и инструменты (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

#### **Практическое занятие 4 (4ч.). Неприкосновенность частной жизни.**

### **Учебные вопросы:**

1. Гарантии неприкосновенности частной жизни.
2. Персональные данные физических лиц. Федеральный закон РФ от 27 июля 2006 № 152-ФЗ «О персональных данных».
3. Согласие на распространение сведений.
4. Обстоятельства, позволяющие журналистам использовать скрытую запись согласно российскому закону о СМИ.
5. Защита общественных интересов. Личная жизнь публичных фигур.
6. Открытые сведения о доходах и имуществе государственных чиновников.
7. Различия прав на личную жизнь и на честь и достоинство.

### **Практические задания:**

1. Проанализируйте законодательство о персональных данных.
2. Проанализируйте судебную практику по поводу защиты персональных данных.

### **Литература**

#### **Основная**

1. Булатецкий, Ю. Е. Коммерческое право : учебник для вузов / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов ; под редакцией С. Н. Бабурина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — 3435 (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8000-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449837>
2. Васильева, Н. В. Система правового регулирования : учебное пособие / Н. В. Васильева. — Омск : Омская академия МВД России, 2017. — 116 с. — ISBN 978-5-88651-671-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83639.html>
3. Исаенко, Е. В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 351 с. — ISBN 978-5-238-01662-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81720.html>
4. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — URL: <https://urait.ru/bcode/477847>
5. Панкеев, И. А. Правовое регулирование СМИ : учебное пособие для студентов вузов / И. А. Панкеев. — Москва : Аспект Пресс, 2019. — 376 с. — ISBN 978-5-7567-1010-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87953.html>
6. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 240 с. — ISBN 978-5-238-01546-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81824.html>

#### **Дополнительная:**

1. Андреева, Н. Н. Организация рекламной деятельности в АПК : учебное пособие / Н. Н. Андреева. — Санкт-Петербург : Проспект Науки, 2017. — 88 с. — ISBN 978-5-903090-18-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80088.html>
2. Баранов, В. А. Коммерческое право. Правовое регулирование организации коммерческой деятельности : учебное пособие / В. А. Баранов. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 128 с. — ISBN 978-5-8265-

1711-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85957.html>

3. Гринь, С. Н. Рекламная деятельность в туризме : методическое пособие (курс лекций) / С. Н. Гринь. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. — 171 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86413.html>

4. Засеева, В. С. Основы правового регулирования гражданских и правовых правоотношений : учебное пособие / В. С. Засеева. — Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2017. — 112 с. — ISBN 978-5-4377-0078-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/58547.html>

5. Казанина, Т. В. Правовое регулирование предпринимательской деятельности : монография / Т. В. Казанина, Р. Н. Палеев, Р. В. Шагиева. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 178 с. — ISBN 978-5-4486-0669-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81317.html>

### ***Интернет-ресурсы***

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals

### ***Материально-техническое обеспечение***

Материально-технические средства: мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран, учебная доска (интерактивная учебная доска) и инструменты (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

## **Практическое занятие 5 (4ч.). Правонарушения и юридическая ответственность по рекламному законодательству РФ.**

### **Учебные вопросы:**

1. Саморегулирование и государственный контроль в сфере рекламы.
2. Понятие правонарушения по рекламному законодательству. Основные виды правонарушений по рекламному законодательству Российской Федерации.
3. Понятие и виды ненадлежащей рекламы. Недобросовестная реклама.
4. Недостоверная реклама. Скрытая и иная ненадлежащая реклама.
5. Понятие юридической ответственности по рекламному законодательству.
6. Юридическая ответственность субъектов рекламной деятельности.
7. Гражданско-правовая ответственность за ненадлежащую рекламу.
8. Административная ответственность за ненадлежащую рекламу.
9. Уголовная ответственность за ненадлежащую рекламу.
10. Дисциплинарная ответственность за ненадлежащую рекламу.
11. Материальная ответственность в сфере рекламной деятельности.

### **Практические задания:**

1. Повышение эффективности государственного принуждения за противоправное поведение в процессе изготовления, размещения и распространения рекламного продукта.
2. Приведите примеры с видами ответственности за нарушение рекламного законодательства.

## Литература

### Основная

1. Булатецкий, Ю. Е. Коммерческое право : учебник для вузов / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов ; под редакцией С. Н. Бабурина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — 3435 (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8000-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449837>
2. Васильева, Н. В. Система правового регулирования : учебное пособие / Н. В. Васильева. — Омск : Омская академия МВД России, 2017. — 116 с. — ISBN 978-5-88651-671-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83639.html>
3. Исаенко, Е. В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 351 с. — ISBN 978-5-238-01662-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81720.html>
4. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/477847>
5. Панкеев, И. А. Правовое регулирование СМИ : учебное пособие для студентов вузов / И. А. Панкеев. — Москва : Аспект Пресс, 2019. — 376 с. — ISBN 978-5-7567-1010-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87953.html>
6. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. — Москва : ЮНИТИ- ДАНА, 2017. — 240 с. — ISBN 978-5-238-01546-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81824.html>

### Дополнительная:

1. Андреева, Н. Н. Организация рекламной деятельности в АПК : учебное пособие / Н. Н. Андреева. — Санкт-Петербург : Проспект Науки, 2017. — 88 с. — ISBN 978-5-903090-18-1. — Текст : электронный // Электронно- библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80088.html>
2. Баранов, В. А. Коммерческое право. Правовое регулирование организации коммерческой деятельности : учебное пособие / В. А. Баранов. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 128 с. — ISBN 978-5-8265-1711-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85957.html>
3. Гринь, С. Н. Рекламная деятельность в туризме : методическое пособие (курс лекций) / С. Н. Гринь. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. — 171 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86413.html>
4. Засеева, В. С. Основы правового регулирования гражданских и правовых правоотношений : учебное пособие / В. С. Засеева. — Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2017. — 112 с. — ISBN 978-5-4377-0078-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/58547.html>
5. Казанина, Т. В. Правовое регулирование предпринимательской деятельности : монография / Т. В. Казанина, Р. Н. Палеев, Р. В. Шагиева. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 178 с. — ISBN 978-5-4486-0669-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81317.html>

### Интернет-ресурсы

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals

***Материально-техническое обеспечение***

Материально-технические средства: мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран, учебная доска (интерактивная учебная доска) и инструменты (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Правовые аспекты медиа» входит в обязательную часть учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 «Медиакоммуникации», направленность «Инновационный медиаменеджмент и медиапродюсирование».

Дисциплина реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой Медиакоммуникаций.

Содержание дисциплины включает материалы о правовом регулировании медиа, м в целом и о специфике правового регулирования рекламы в РФ. Дается общее представление о правовом регулировании рекламной деятельности, информационной безопасности, ответственности в области нарушения рекламного законодательства.

Концептуальная основа дисциплины заключается в опоре на изучении права (законодательства) в области рекламы.

*Цели освоения дисциплины «Правовые аспекты медиа» являются:*

- формирование понимания роли права в демократическом обществе;
- получение представление об основах законодательства в области медиа в России и за рубежом;
- обучение применению полученные в ходе курса правовых знаний в творческой работе, защита своих профессиональных прав в интересах свободы выражения мнений, свободы творчества и развития массовой культуры.

*Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:*

- дать четкое представление о рекламе, специфике рекламной деятельности в современной России;
- предоставить систематизированную информацию о правовом регулировании рекламной деятельности как о совокупности норм и как о науке;
- способствовать освоению содержания и смысла правового регулирования в сфере рекламы;
- раскрыть особенности, достоинства и недостатки действующей в сфере рекламы правовой регламентации;
- показать возможности использования рекламы и рекламных технологий для профессиональных нужд.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.

ПК-1. Способен осуществлять руководство производственным отделом

ПК-3. Способен осуществлять самостоятельное написание авторских комментариев и других текстов в рамках редакционной политики

*В результате освоения дисциплины обучающийся должен:*

*Знать:* правовые основы своей будущей профессии, основные положения информационного законодательства, применяемые в области рекламы и связей с общественностью.

*Уметь:* анализировать положения законодательства и информационного права в целом в сфере рекламного и PR-бизнеса.

*Владеть:* навыком применения информационного законодательства при реализации профессиональных функций в различных профессиональных ситуациях.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.