

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра визуальных коммуникаций и дизайна в рекламе

СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНАЯ ЭКСПЕРТИЗА И АВТОРСКИЙ НАДЗОР В СВК

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Стилеобразование визуальных коммуникаций

Уровень высшего образования: *магистратура*

Форма обучения: *очная, очно-заочная, заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2026

Стилеобразующие визуальные аспекты
печатной и наружной рекламы
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Д.э.н., профессор Христофорова И.В.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 1 от 07.11.2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
2. Структура дисциплины.....	5
3. Содержание дисциплины.....	6
4. Образовательные технологии.....	7
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	8
5.1. Система оценивания.....	8
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине.....	9
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	10
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	15
6.1. Список источников и литературы.....	15
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	16
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	16
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	16
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	17
9. Методические материалы.....	18

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины - формирование у студентов комплексной системы знаний о правовом механизме частноправового (с элементами публично-правового) регулирования результатов творческого труда в области рекламы, науки, литературы и искусства.

Задачи дисциплины:

1) изучение принципов социальной ответственности профессиональной деятельности, методы оценки и прогнозирования возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере; технологии обеспечения социальной безопасности продукции СМИ и критерии ее оценки; методы анализа и оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ;

2) освоение основных положений института авторского права и его особенностей в рамках права интеллектуальной собственности и подготовка к практическому использованию полученных правовых знаний.

3) изучение законодательства в области охраны прав на результаты интеллектуальной деятельности; историю развития авторского права; систему источников правового регулирования отношений, связанных с охраной и использованием объектов авторского права; понятия, признаки и виды объектов авторского права; принципы охраны объектов авторского права и прав, смежных с авторскими; способы защиты прав авторов и правообладателей и виды ответственности за нарушение указанных прав международные соглашения по охране авторских и смежных прав.

2) умение грамотно толковать нормы законодательства об охране интеллектуальной собственности; выделять в конкретной ситуации объекты и субъекты авторского права и прав, смежных с авторскими; составлять авторский договор; защищать права авторов и правообладателей при рассмотрении споров, связанных с нарушением авторских и смежных прав.

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>Знать: виды, качественные и количественные характеристики источников информации Уметь: собирать, верифицировать и интерпретировать информацию Владеть: методами анализа информации и синтеза выводов</i>
	УК-1.2 грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценку информации; отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок	<i>Знать: методы выработки и аргументации решений Уметь: определять практические последствия фактов и событий в профессиональной деятельности, отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок Владеть: обоснованной оценкой информации в профессиональной деятельности и результатов</i>

		<i>принимаемых решений</i>
	УК-1.3. Разрабатывает альтернативные стратегии действий, в том числе в непривычных обстоятельствах, на основе критического анализа и системного подхода.	<i>Знать: способы анализа ситуации Уметь: разрабатывать различные стратегии действий с учетом сложившейся ситуации Владеть: критическим анализом и системным подходом при выработке решений</i>
ПК-5 Способен контролировать и оценивать эффективность стилообразующих ВК	ПК-5.1 Владеет навыками оценки эффективности разработанных стратегий стилообразования ВК	<i>Знать: понятие эффективности и виды эффективности Уметь: выбирать методы и показатели оценки эффективности Владеть: навыками оценки эффективности и определения направлений ее совершенствования</i>

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения данной дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в процессе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Планирование и реализация коммуникационных компаний», «Стратегии разработки и оценка эффективности СВК», «Управление имиджем и репутацией»,

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для прохождения преддипломной практики и дипломного проектирования.

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:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	12
4	Семинары/лабораторные работы	18
Всего:		30

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 78 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной 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:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	12
4	Семинары/лабораторные работы	16
Всего:		28

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 80 академических часа(ов).

Структура дисциплины для заочной 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:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	4
4	Семинары/лабораторные работы	4
Всего:		8

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академических часа(ов). Контроль 4 академических часа(ов)

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Экспертиза рекламных и PR-продуктов: основные направления. Гуманитарная, психологическая, социологическая и лингвистическая экспертиза	Гуманитарная и этическая экспертиза коммуникационных продуктов. Психологическая экспертиза коммуникационных продуктов. Социологическая экспертиза коммуникационных продуктов. Лингвистическая экспертиза рекламных и PR-текстов, медиатекстов.
2.	Понятие и источники авторского права.	Понятие, функции и сфера действия авторского права. Система источников авторского права. Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений (от 9 сентября 1886 года). Современное российское законодательство. Четвёртая часть Гражданского кодекса РФ о защите интеллектуальной собственности.
3.	Объекты и субъекты авторского права. Права смежные с авторскими.	Понятие и признаки объектов авторского права: творческий характер произведения, объективная форма и воспроизводимость произведения. Виды объектов авторского права: произведения науки, литературы и искусства. Обнародованные и необнародованные произведения. Служебные и неслужебные произведения. Субъекты авторского права.

4.	Понятие и содержание авторских прав. Договоры о передаче исключительного права	Понятие и виды авторских прав. Сфера действия авторских прав. Личные неимущественные права авторов. Исключительные (имущественные) права авторов. Срок действия авторских прав. Общие положения о договорной форме введения в торговый оборот объектов авторского права. Договор об отчуждении исключительного права на произведение. Существенные условия договора. Содержание и форма договора.
5.	Проблемы использования объектов интеллектуальной собственности в сети Интернет.	Особенности регулирования общественных отношений, складывающихся в связи с использованием сети Интернет. Правовые проблемы использования объектов интеллектуальной собственности в сети Интернет: объектов авторского права, средств индивидуализации.
6.	Гражданско-правовые способы защиты авторских и смежных прав.	Понятие коллективного управления авторскими и смежными правами. Цели и задачи коллективного управления. Предмет коллективного управления. Понятие нарушения авторских и смежных прав. Контрафактные экземпляры произведения и фонограммы. Понятие гражданско-правового способа защиты авторских и смежных прав. Субъекты, обладающие правомочиями на защиту авторских и смежных прав. Формы защиты прав авторов и правообладателей. Способы защиты авторских и смежных прав.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные 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.

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Экспертиза рекламных и PR-продуктов: основные направления. Гуманитарная, психологическая, социологическая и лингвистическая экспертиза	<i>Лекция</i>	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора
		<i>Практическое занятие</i>	Дискуссия, круглый стол, тренинг
		<i>Самостоятельная работа</i>	Консультирование посредством электронной почты, электронный учебный ресурс
2.	Понятие и источники	<i>Лекция</i>	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора

	авторского права.	<i>Практическое занятие</i>	Дискуссия, круглый стол, тренинг
		<i>Самостоятельная работа</i>	Консультирование посредством электронной почты, электронный учебный ресурс
3.	Объекты и субъекты авторского права. Права смежные с авторскими.	<i>Лекция</i>	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора
		<i>Практическое занятие</i>	Дискуссия, круглый стол, тренинг
		<i>Самостоятельная работа</i>	Консультирование посредством электронной почты, электронный учебный ресурс
4.	Понятие и содержание авторских прав. Договоры о передаче исключительного права	<i>Лекция</i>	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора
		<i>Практическое занятие.</i>	Дискуссия, круглый стол, тренинг
		<i>Самостоятельная работа</i>	Консультирование посредством электронной почты, электронный учебный ресурс
5.	Проблемы использования объектов интеллектуальной собственности в сети Интернет.	<i>Лекция</i>	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора
		<i>Практическое занятие .</i>	Дискуссия, круглый стол, тренинг
		<i>Самостоятельная работа</i>	Консультирование посредством электронной почты, электронный учебный ресурс
6.	Гражданско-правовые способы защиты авторских и смежных прав.	<i>Лекция</i>	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора
		<i>Практическое занятие.</i>	Дискуссия, круглый стол, тренинг
		<i>Самостоятельная работа</i>	Консультирование посредством электронной почты, электронный учебный ресурс

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - контрольные опросы	5 баллов	20 баллов
- доклад, реферат	5 баллов	10 баллов
- проектная работа (темы № 3-6)	10 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация		40 баллов

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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори-тельно»/	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает</p>

	«зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. 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. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	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. 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. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

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

5.3.1. Примерные вопросы для опросов

1. Что такое товарный знак?
2. Как называются мнения, не основанные на фактах?
3. Экспрессивные (то есть яркие, необычные, образные) слова и выражения, принадлежащие определенной социальной, профессиональной, возрастной группе носителей языка – это...
4. Информация, которую несет слово как единица языка – это
5. Сведения, которые содержат отрицательную характеристику лица – юридического или физического с точки зрения здравого смысла, морали («неписаного закона») или с правовой точки зрения (в той мере, в которой это может понимать любой дееспособный гражданин, не имея специальных познаний в области юриспруденции) это сведения:
6. К какому виду сведений относят сведения, распространение которых способно причинить вред чести личности либо деловой репутации юридического лица?
7. Как называют побуждение слушающего или аудитории к определенному действию или принятию определенной точки зрения, отражающей некоторые идеалы говорящего?
8. К какому виду источников информации относят фонограммы, видеозаписи и печатные тексты, фиксирующие речевые произведения, подлежащие экспертизе?
9. Как называется реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения относительно любых характеристик товара, включая его цену, ассортимент, комплектацию и др.?

10. Как называется реклама, которая содержит бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.
11. Как называется суждение, в котором отображается связь предмета и его признаков: некоторому предмету приписывается некоторый признак, свойство, качество и выражается повествовательным предложением?
12. Какая организация выявляет нарушения Закона РФ «О рекламе»?
13. Воздействия, блокирующие способность человека к адекватному реагированию на жизненные обстоятельства, подрывающие его способность к анализу информации и осознанному выбору, снижающие сопротивляемость внешнему давлению, лишаящие человека чувства индивидуальности, личностной ценности представляют собой:
14. Как называется экспертиза, для выполнения которой требуется привлечение специальных знаний сразу из нескольких отраслей социальных наук?
15. К нарушениям какого характера относят неоправданно большое количество показов одного и того же рекламного ролика?
16. Какое направление экспертизы включает оценку рекламы на соответствие моральным нормам и ценностям потребителей рекламы, а также требованиям актов органов саморегулирования рекламы (кодексам этики и обычаев делового оборота)?
17. Понятие авторского права, его структура.
18. Объекты авторского права.
19. Способы защиты интеллектуальной собственности.
20. Исключительное право, его содержание и использование.
21. Субъекты авторского права.
22. Соавторство.
23. Охрана произведений иностранных авторов.
24. Охрана смежных прав.
25. Защита авторских и смежных прав.
26. Распоряжение исключительным правом.
27. Защита исключительных прав.
28. Защита личных неимущественных прав.
29. Лицензионный договор о предоставлении права использования произведения.
30. Сублицензионный договор.
31. Договор авторского заказа.
32. Объекты смежных прав.
33. Исполнитель и его права. Смежные права на совместное исполнение.
34. Личное неимущественное право, его содержание.
35. Принципы авторского права.
36. Виды охраняемых произведений.
37. Личные неимущественные права авторов.
38. Имущественные права авторов.
39. Права на произведения, созданные при выполнении служебного задания.
40. Коллективное управление имущественными правами авторов.
41. Срок действия авторского права и смежных прав.
42. Авторский договор и его виды по российскому законодательству.
43. Издательский лицензионный договор.
44. Свободное использование произведения путем репродуцирования.
45. Понятие и содержание исключительного права.
46. Распоряжение исключительным правом.
47. Понятие и содержание лицензионного договора, стороны, форма договора.
48. Исполнение лицензионного договора.

49. Использование результата интеллектуальной деятельности в составе сложного субъекта.
50. Организации, осуществляющие коллективное управление авторскими и смежными правами.
51. Исполнение организациями по управлению правами на коллективной основе договоров с правообладателями.
52. Государственная аккредитация организаций по управлению правами на коллективной основе.
53. Вознаграждение за свободное воспроизведение фонограмм и аудиовизуальных произведений в личных целях.
54. Действие исключительного права на произведения науки, литературы и искусства на территории РФ.
55. Ответственность за нарушение исключительного права на произведение.
56. Правовое регулирование переводов, иных производных произведений.
57. Право авторства и право автора на имя.
58. Право автора на неприкосновенность, обнародование и отзыв произведения.
59. Исключительное право на произведение (понятие, содержание).
60. Понятие свободного воспроизведения произведений (в личных целях, в информационных, научных, учебных и культурных целях).
61. Свободное воспроизведение произведения в личных целях.
62. Свободная запись произведения организацией эфирного вещания в целях краткосрочного пользования.
63. Обращение взыскания на исключительное право на произведение и на право использования произведения по лицензии.
64. Понятие публикатора и его исключительное право на произведение. Срок действия исключительного права публикатора.
65. Действие исключительного права публикатора на произведение на территории РФ. Отчуждение оригинала произведения и исключительное право публикатора на произведение.
66. Понятие интеллектуального права и его отличие от вещного права.
67. Право на публичный показ и право на публичное исполнение.
68. Личные неимущественные права автора: понятие и виды.
69. Права работодателей на интеллектуальные продукты.
70. Правовое регулирование объектов авторских и смежных прав, выполненных в порядке выполнения служебного задания.

При оценивании ответа на вопрос теоретического характера учитывается:

- теоретическое содержание не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе (2 балл);
- теоретическое содержание освоено частично, но в достаточной мере (3 балла); теоретическое содержание освоено почти полностью, с незначительными недостатками (4 балла);
- теоретическое содержание освоено полностью (5 баллов).

5.3.2 Темы докладов и (или) рефератов:

1. Интеллектуальная собственность и интеллектуальная деятельность: общее и особенное.
2. История возникновения и развития законодательства об авторском праве в России.
3. История возникновения и развития законодательства об авторском праве в Европе.
4. История возникновения и развития законодательства об авторском праве в Америке.
5. Общая характеристика авторского права: субъекты, объекты, охрана и защита.

6. Субъекты авторского права.
7. Система источников авторского права и смежных прав в России: история и современность.
8. Патент: понятие, особенности, порядок получения.
9. Система патентного права.
10. Законодательство о средствах индивидуализации участников гражданского оборота в России.
11. Классификация авторских произведений.
12. Соавторство: понятие, виды, особенности.
13. Наследование прав создателей объектов интеллектуальной собственности.
14. Организации, осуществляющие управление имущественными правами авторов на коллективной основе.
15. Правообладатели в отношении разработок, созданных при исполнении служебных обязанностей.
16. Личные неимущественные права создателей объектов интеллектуальной собственности.
17. Право на использование авторских произведений.
18. Свободное использование объектов интеллектуальной собственности.
19. Обязанности обладателей исключительных прав.
20. Прекращение прав на объекты интеллектуальной собственности.
21. Понятие авторского договора.
22. Виды авторских договоров.
23. Ответственность по авторскому договору.
24. Договор коммерческой концессии.
25. Регистрация прав на объекты интеллектуальной собственности.

Критерии оценки:

- уровень и качество использования рекомендованной литературы по выбранной теме (1 балл);
- правильность понимания и передачи позиции авторов реферируемых исследований (1 балл);
- грамотность и логичность изложения материала (1 баллов);
- наличие аналитического рассуждения автора реферата и обоснования выводов (2 балла).

5.3.2. Примерный тест по дисциплине

Вопрос 1: Какую функцию НЕ выполняет гуманитарная экспертиза?

1. диагностика;
2. оценка;
3. идентификация (атрибуция, квалификация);
4. интеграция.

Ответ: 4

Вопрос 2: Какая организация выявляет нарушения Закона РФ «О рекламе»?

1. Федеральная антимонопольная служба;
2. Арбитражный суд РФ;
3. Прокуратура РФ;
4. Следственный комитет.

Ответ: 1

Вопрос 3: К неэтичной НЕ относится реклама:

1. воздействующая на подсознание;
2. «дугая» реклама;
3. политическая реклама.

Ответ: 3

Вопрос 4: В какой редакции Закона РФ «О рекламе» есть специальная статья «Неэтичная реклама»?

1. В редакции 1995 года;
2. В редакции 2006 года;
3. В редакции 2020 года;
4. В редакции 2022 года.

Ответ: 1

Вопрос 5: Психологическая эффективность рекламного обращения НЕ может измеряться с помощью следующих показателей:

1. объем совершаемой покупки;
2. осведомленность о марке;
3. вспоминаемость марки;
4. узнаваемость рекламного объявления;
5. намерение совершить покупку;

Ответ: 1

Вопрос 6: Ущерб, причиняемый личности специальными психотехнологиями, используемыми в рекламе и целенаправленно исключаящими участие сознания реципиента в выборе, не имеет такого последствия, как:

1. развитие патологических состояний нервной системы;
2. развитие метапатологий как реакции на фрустрацию основных жизненных целей и ценностей или мета-невроз;
3. развитие двигательной способности.

Ответ: 3

Вопрос 7: Среди ниже перечисленных приемов манипуляции в рекламе назовите лишние:

1. искажение информации;
2. сокрытие и специальная организация подачи информации;
3. универсальные высказывания;
4. расширенные обобщения;
5. дегустации, раздача пробников и т.п.;

Ответ: 5

Вопрос 8: Какого вида экспертной оценки качества рекламного продукта не существует:

1. социальной безопасности;
2. психологической безопасности;
3. физиологической безопасности;
4. информационной безопасности.

Ответ: 3

Вопрос 9: В качестве предмета социологической экспертизы рекламного продукта НЕ рассматривается:

1. нормативность рекламного обращения (степень соответствия рекламного обращения социальным нормам, образу жизни социальной группы, целевой аудитории);
2. экономическая эффективность рекламного сообщения;
3. оценка степени известности товарного знака, логотипа, бренда;
4. установление факта репутационного ущерба и степени репутационного ущерба;
5. дела, связанные с защитой исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, с оспариванием отказа в регистрации товарного знака (знака обслуживания);
6. определение наличия (отсутствия) признаков введения потребителей в заблуждение в отношении производителя конкретного товара (услуги) или же их качества;

Ответ: 2

Вопрос 10: Какого вида оценки эффективности не существует?

1. Экономичность;
2. Результативность;
3. Целесообразность;
4. Эмоциональность.

Ответ: 4

Вопрос 11: Согласны ли Вы с мнением, что любая экспертиза представляет собой социальную технологию, обладающую рядом специфических особенностей?

1. Полностью согласен;
2. Отчасти согласен;
3. Зависит от ситуации;
4. Не согласен .

Ответ: 1

Вопрос 12: Согласны ли Вы с мнением, что использовать некорректно изображения исторических памятников и государственных символов в рекламе допустимо?

1. Полностью согласен;
2. Отчасти согласен;
3. Зависит от ситуации;
4. Не согласен .

Ответ:4

Вопрос 13: Согласны ли Вы с мнением, что разрешено выставлять в негативном свете людей, которые не пользуются вашим товаром?

1. Полностью согласен;
2. Отчасти согласен;
3. Зависит от ситуации;
4. Не согласен .

Ответ: 4

Вопрос 14: В задачи экспертизы средств индивидуализации, НЕ входят:

1. измерение уровня известности обозначений и товарных знаков (в том числе их общеизвестности),
2. установление различительной способности обозначений, сходства обозначений и товарных знаков (в том числе сходства до степени смешения),
3. определение наличия или отсутствия введения потребителей в заблуждение относительно производителя и качества товаров и услуг,
4. определение репутации бренда.

Ответ: 4

Вопрос 15: Верно ли, что использование контрольного листа для планирования экспертизы необходимо для соблюдения всех наиболее важных требований через сопоставление своих действий с пунктами контрольного списка?

1. Да, верно;
2. В определенной степени верно;
3. Зависит от ситуации;
4. Нет, не верно.

Ответ: 1

Критерии оценки теста:

При оценивании тестирования (выполнения тестовых заданий) учитывается:

- от 50 до 68% правильных ответов на тестовые задания – 20 баллов;
- от 69 до 88% правильных ответов на тестовые задания – 30 баллов;
- от 89 до 100% правильных ответов на тестовые задания – 40 баллов.

-

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

а) Основная литература

1. Позднякова, Е. А. Авторское право : учебник и практикум для вузов / Е. А. Позднякова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16007-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/526513>.
2. Щербак, Н. В. Право интеллектуальной собственности: общее учение. Авторское право и смежные права : учебное пособие для вузов / Н. В. Щербак. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15768-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/509652>.
3. Щербак, Н. В. Авторское право : учебник и практикум для вузов / Н. В. Щербак. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 223 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15929-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510295>

б) Дополнительная литература

1. Шершеневич, Г. Ф. Авторское право на литературные произведения / Г. Ф. Шершеневич ; составитель В. А. Белов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 274 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-06842-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514929>
2. Зенин, И. А. Право интеллектуальной собственности : учебник для вузов / И. А. Зенин. — 11-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 577 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15292-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520458>
3. Правоведение: учебник и практикум для вузов / С. И. Некрасов [и др.]; под редакцией С. И. Некрасова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. -645 с. -(Высшее образование). -ISBN 978-5-534-15034-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510655>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru/>

Сервер органов государственной власти Российской Федерации - <http://www.gov.ru>

Сайт «Российской газеты» и ее приложений - <http://www.rg.ru>

Собрание законодательства Российской Федерации - <http://www.szrf.ru/help.phtml>

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные

Информационные справочные системы:

Консультант

Плюс Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для организации процесса обучения необходимы мультимедийные средства обучения (компьютер, проектор, электронная доска), наглядный демонстративный материал, а также специализированное программное обеспечение для анализа данных.

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины необходимы:

- демонстрационные приборы для лекции-визуализации,
- мультимедийные средства для открытия кейсов, решения практических задач Требования к аудиториям:
- для проведения практических занятий необходимы компьютерные классы,
- для лекций и семинаров необходимо наличие доски и специально оборудованные для показа слайдов и работы на персональных компьютерах.

Состав программного обеспечения:

Windows

Microsoft

Office

Adobe Photoshop

Adobe Illustrator

CorelDRAW

Inkscape — бесплатный аналог Adobe Illustrator и CorelDRAW, поддерживает экспорт в большинство распространенных форматов

Blender — бесплатное ПО для 3D-моделирования, рендеринга и анимации, идеально для продвинутых визуализаторов.

Cinema 4D

Canva

Unity — игровой движок, активно используемый для создания интерактивных решений и визуализации AR/VR.

ПО отечественного производства

Архиватор 7-ZIP: <https://7zip-soft.com/>

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 семинарских/ практических занятий

Тема 1

Экспертиза рекламных и PR-продуктов: основные направления. Гуманитарная, психологическая, социологическая и лингвистическая экспертиза

Вопросы для обсуждения:

1. Гуманитарная и этическая экспертиза коммуникационных продуктов.
2. Психологическая экспертиза коммуникационных продуктов.

3. Социологическая экспертиза коммуникационных продуктов.
4. Лингвистическая экспертиза рекламных и PR-текстов, медиатекстов.

Тема 2.

Понятие и источники авторского права

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие, функции и сфера действия авторского права.
2. Система источников авторского права.
3. Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений (от 9 сентября 1886 года).
4. Современное российское законодательство.
5. Четвёртая часть Гражданского кодекса РФ о защите интеллектуальной собственности.

Тема 3

Объекты и субъекты авторского права. Права смежные с авторскими.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и признаки объектов авторского права: творческий характер произведения, объективная форма и воспроизводимость произведения.
2. Виды объектов авторского права: произведения науки, литературы и искусства.
3. Обнародованные и необнародованные произведения.
4. Служебные и неслужебные произведения.
5. Субъекты авторского права.

Тема 4

Понятие и содержание авторских прав. Договоры о передаче исключительного права

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и виды авторских прав.
2. Сфера действия авторских прав.
3. Личные неимущественные права авторов.
4. Исключительные (имущественные) права авторов.
5. Срок действия авторских прав.
6. Общие положения о договорной форме введения в торговый оборот объектов авторского права.
7. Договор об отчуждении исключительного права на произведение.
8. Существенные условия договора.
9. Содержание и форма договора.

Тема 5

Проблемы использования объектов интеллектуальной собственности в сети Интернет.

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности регулирования общественных отношений, складывающихся в связи с использованием сети Интернет.
2. Правовые проблемы использования объектов интеллектуальной собственности в сети Интернет: объектов авторского права, средств индивидуализации.

Тема 6

Гражданско-правовые способы защиты авторских и смежных прав.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие коллективного управления авторскими и смежными правами.
2. Цели и задачи коллективного управления.
3. Предмет коллективного управления.
4. Понятие нарушения авторских и смежных прав.

5. Контрафактные экземпляры произведения и фонограммы.
6. Понятие гражданско-правового способа защиты авторских и смежных прав.
7. Субъекты, обладающие правомочиями на защиту авторских и смежных прав.
8. Формы защиты прав авторов и правообладателей.
9. Способы защиты авторских и смежных прав.

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Цель изучения дисциплины «Стилеобразующие визуальные аспекты печатной и наружной рекламы» заключается в формировании компетенций обучающихся, позволяющих профессионально анализировать, создавать и применять эффективные визуальные решения в рекламе.

Задачи дисциплины:

- Анализ исторических и современных тенденций в стиле оформления печатной и наружной рекламы.
- Освоение методов анализа эстетического восприятия рекламных сообщений.
- Понимание влияния цвета, формы, шрифта и композиционных решений на восприятие рекламной продукции.
- Изучение особенностей восприятия зрителем разных типов визуального материала.
- Владение современными технологиями и программами для обработки изображений и создания макетов.
- Разработка учебных проектов, демонстрирующих умение комбинировать разные стили и направления в оформлении рекламных носителей.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять предпроектные исследования в области дизайна печатной и наружной рекламы

ПК-3 Способен критически оценивать качество и эффективность стилевых решений в проектной деятельности по созданию печатной и наружной рекламы

ПК-4 Способен выбирать и применять эффективные приемы дизайн-проектирования в зависимости от условий размещения и типа носителя рекламы

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- *Методы предпроектных исследований в дизайне рекламы.*
- *Основы анализа конкуренции и SWOT-анализа.*
- *Принципы выбора рациональных решений в проектировании.*
- *Критерии оценки визуальных решений в дизайне рекламы.*
- *Требования к дизайну корпоративных коммуникаций и брендинга.*
- *Правила взаимодействия текста и иллюстраций в рекламе.*
- *Технологический процесс подготовки макетов для печати и наружной рекламы.*
- *Характеристики и различия носителей рекламы.*
- *Принципы подбора стилей и оформления рекламы.*

Уметь:

- *Проводить исследования и собирать информацию для дизайна рекламы.*

- *Интерпретировать данные и формировать выводы для разработки концепций.*
- *Автоматизировать исследования с помощью актуальных инструментов и технологий.*
- *Оценивать качество и эффективность визуальных решений.*
- *Генерировать рекомендации по улучшению стилового оформления.*
- *Применять методы анализа эффективности макетов.*
- *Создавать оригинальное дизайнерское оформление рекламы.*
- *Ориентироваться на предпочтения и ожидания целевой аудитории.*
- *Корректировать проекты в зависимости от обстоятельств размещения.*

Владеть:

- *Навыками работы с программами и системами сбора и анализа данных.*
- *Техниками интерпретации данных и выработкой рекомендаций.*
- *Процессом интеграции данных в проект.*
- *Методами самооценки собственной работы и оценки проектов коллег.*
- *Процедурами контроля соответствия продукции техническим требованиям и стандартам.*
- *Средствами цифрового моделирования и прототипирования.*
- *Приемами быстрого подбора стилового оформления и внесения изменений в проектируемые объекты рекламы.*
- *Координация дизайнерских решений с возможностями производства и монтажа.*