

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Филологический факультет
Кафедра журналистики



П.А. Машаров

2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕКЛАМНОЙ И
PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

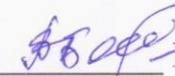
Укрупненная группа направлений подготовки	42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело
Программа высшего образования	Программа магистратуры
Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Магистерская программа	Реклама и связи с общественностью
Квалификация	Магистр
Форма обучения	очная; заочная

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

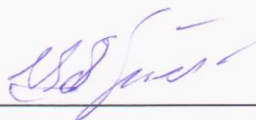
Рабочая программа дисциплины «**Особенности регулирования рекламной и PR-деятельности**» для обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (Магистерская программа: Реклама и связи с общественностью), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года №528 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:

Доцент кафедры журналистики, канд. хим. наук,
ст. науч. сотр., Заслуженный журналист Украины  В. П. Безродный


Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики
Протокол от 26 марта 2024 г. № 10

Заведующий кафедрой

 И. М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО

Декан филологического факультета

 Н. А. Ярошенко


28 марта 2024 г.

Учебно-методическая комиссия филологического факультета
Протокол от 27 марта 2024 г. № 3

Председатель

 С. В. Руденко

Руководитель основной профессиональной
образовательной программы,
д-р наук по соц. коммуникациям
26 марта 2024 г.

 И. М. Артамонова

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: «Введение в специальность», «Медиаправо», «Правоведение».

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Дисциплины «Планирование и реализация рекламных кампаний», Научно-исследовательская работа (НИР) рассредоточенная, Производственная профессионально-творческая практика, Производственная научно-исследовательская практика.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	42.04.01 Реклама и связи с общественностью (Магистерская программа: Реклама и связи с общественностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ДВ.2 Особенности регулирования рекламной и PR-деятельности
Часть образовательной программы	Вариативная часть: выбор обучающегося
Количество зачетных единиц / всего часов	2,5 / 90

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	1	2	17	—	17	56	90	экзамен
Заочная	1	2	4	—	2	84	90	экзамен

3. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Получение теоретических знаний о законодательстве России, которое регулирует рекламную и PR-деятельность, и практических навыков по его применению.

**4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ
ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ
И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	ОПК-2.1.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.
		ОПК-2.1.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Раздел 1. Регулирование рекламной деятельности	
Тема 1. Общие требования к рекламе	1.1. Ограничения на содержание рекламы. 1.2. Ограничения на размещение рекламы. 1.3. Ограничения на рекламу.
Тема 2. Особенности отдельных способов распространения рекламы	2.1. Реклама на телевидении и радио. 2.2. Реклама в печатных СМИ, при кино- и видеообслуживании. 2.3. Наружная реклама и реклама на транспортных средствах. 2.4. Интернет-реклама и реклама, распространяемая по сетям электросвязи.
Тема 3. Особенности рекламы отдельных видов товаров	3.1. Реклама лекарственных средств и медицинских услуг. 3.2. Реклама продуктов детского питания. 3.3. Реклама продуктов военного назначения и оружия. 3.4. Реклама финансовых услуг.
Раздел 2. Регулирование ПР-деятельности	
Тема 4. Основы законодательства в сфере информации и СМИ	1.1. Основные законы, регулирующие деятельность в сфере информации и средств массовой информации в ДНР, России и Украине. 1.2. Основные положения законов, регулирующих
Тема 5. Запрет цензуры и вмешательства в деятельность СМИ	5.1. Свобода массовой информации. 5.2. Понятие цензуры и законодательный ее запрет. 5.3. Вмешательство в деятельность СМИ и журналистов. Препятствие профессиональной деятельности журналистов.

Тема 6. Этические регуляторы ПР-деятельности	6.1. Международные профессиональные кодексы и стандарты 6.2. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью 6.3. Кодекс профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA)
----------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 2

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Регулирование рекламной деятельности	12	-	12	38	62
Тема 1. Общие требования к рекламе	2	-	2	6	10
Тема 2. Особенности отдельных способов распространения рекламы	6	-	6	20	32
Тема 3. Особенности рекламы отдельных видов товаров	4	-	4	12	20
Раздел 2. Регулирование ПР-деятельности	5	-	5	18	28
Тема 4. Основы законодательства в сфере информации и СМИ	1	-	1	4	6
Тема 5. Запрет цензуры и вмешательства в деятельность СМИ	2	-	2	6	10
Тема 6. Этические регуляторы ПР-деятельности	2	-	2	8	12
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	17	-	17	56	90

6.2. Форма обучения – заочная, курс – 1, семестр – 2

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Регулирование рекламной деятельности	3	-	1	58	62
Тема 1. Общие требования к рекламе	2	-	1	7	10
Тема 2. Особенности отдельных способов распространения рекламы	1	-	-	31	32
Тема 3. Особенности рекламы отдельных видов товаров	-	-	-	20	20
Раздел 2. Регулирование ПР-деятельности	1	-	1	26	28
Тема 4. Основы законодательства в сфере информации и СМИ	-	-	-	6	6
Тема 5. Запрет цензуры и вмешательства в деятельность СМИ	-	-	-	10	10
Тема 6. Этические регуляторы ПР-деятельности	1	-	1	10	12
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	4	-	2	84	90

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1. Регулирование рекламной деятельности

1. Какова цель Закона РФ «О рекламе» и на какие отношения он распространяется?
2. Что такое недобросовестная и недостоверная реклама?
3. Что не должна делать реклама и что не допускается в рекламе?
4. Реклама каких товаров и услуг не допускается в РФ?
5. Что такое социальная реклама и каковы правила ее распространения?
6. Укажите основные требования Закона к рекламе на радио и телевидении.
7. Укажите основные требования Закона к рекламе в периодических печатных СМИ.
8. Укажите основные требования Закона к рекламе при кино- и видеообслуживании.
9. Укажите основные требования Закона РФ «О рекламе» к наружной рекламе.
10. Укажите основные требования Закона к рекламе, распространяемой на транспортных средствах и с их использованием.
11. Какие ограничения установлены Законом для рекламы, распространяемой по сетям электросвязи?
12. Что предусматривает Закон в целях обеспечения прослеживаемости рекламы в сети Интернет?
13. Каковы ограничения относительно рекламы алкогольных напитков?
14. Каковы ограничения относительно содержания рекламы лекарственных средств и медицинских услуг?
15. Каковы ограничения относительно содержания рекламы БАДов и пищевых добавок?
16. Каковы особенности рекламы продукции военного назначения и оружия?
17. Каковы ограничения относительно содержания рекламы основанных на риске игр, пари?
18. Каковы ограничения по размещению рекламы основанных на риске игр, пари?
19. Основные требования законодательства РФ к рекламе финансовых услуг.
20. Основные требования законодательства РФ к рекламе ценных бумаг.

Раздел 2. Регулирование PR-деятельности

1. Что такое деятельность по связям с общественностью?
2. Опишите модели PR-деятельности по Грюнигу.
3. Какова основная цель PR-деятельности?
4. Какие основные задачи стоят перед работниками по связям с общественностью?
5. Как общественное мнение целевой аудитории соотносится с основной целью PR-деятельности?
6. Какие факторы влияют на общественное мнение целевой аудитории?
7. Какие законы регулируют деятельности в информационной сфере РФ?
8. Что такое цензура в СМИ? Каким документом установлен запрет цензуры в РФ?
9. Какие ограничения на информацию, свободу слова направлены на обеспечение безопасности государства, личности, защиту морали.
10. Что означает саморегулирования связей с общественностью?
11. Укажите основные положения Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.
12. Укажите основные положения Кодекса профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA).

7.2. Тестовые задания (варианты)

Тема 2. Особенности отдельных способов распространения рекламы

Отметьте правильные варианты продолжения фразы:

1. Не допускается распространение рекламы:
 - А. в дни траура, объявленные в РФ;
 - Б. в телепередачах, транслируемых в порядке освещения деятельности органов власти;
 - В. в телепрограммах, телепередачах по телеканалам, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе;
 - Г. во время трансляции новостей;
 - Д. в детских телепередачах.
2. При трансляции спортивных передач реклама:
 - А. может подаваться в удобное время;
 - Б. не разрешается;
 - В. размещается во время перерывов;
 - Г. размещается так, чтобы не терялась существенная информация о соревновании.

Тема 4. Основы законодательства в сфере информации и СМИ

Отметьте правильные ответы:

1. Реклама в сети Интернет распространяется только при условии:
 - А. присвоения рекламе идентификатора;
 - Б. указания на рекламодателя такой рекламы;
 - В. указания, что данная информация относится к рекламе (пометка «реклама»);
 - Г. получения согласия Роскомнадзора на распространение данной рекламы;
 - Д. указания на сайт или страницу сайта в сети "Интернет", содержащие информацию о рекламодателе.
2. Оператор рекламных данных – это:
 - А. организация, которая дает разрешение на распространение рекламной информации;
 - Б. организация, которая присваивает рекламе идентификатор, чтобы обеспечить ее прослеживаемость;
 - В. организация, которая регистрирует рекламные объявления и передает их в реестр.

7.3. Темы письменных работ (типы задач)

Тема 3. Особенности рекламы отдельных видов товаров

3. Работники придорожного кафе разместили у шоссе штендер с информацией о своих услугах без разрешения на установку рекламной конструкции. В целях предупреждения хищения штендера они прикрепили его к опоре дорожного знака. Нарушены ли в данной ситуации требования законодательства? Обоснуйте свой ответ.
4. Торговое предприятие указало свое наименование на английском языке на вывеске перед входом в занимаемое помещение, поскольку его уставом, зарегистрированным в установленном порядке, предусматривалось фирменное наименование на русском и английском языках, совпадающее при произношении. Антимонопольный орган увидел в действиях торгового предприятия нарушение рекламного законодательства. Торговое предприятие, не согласившись с этим, обратилось в суд. Какое решение вынесет суд? В чем нарушено законодательство? Обоснуйте свой ответ.

7.4. Образец содержания экзаменационного билета

Донецкий государственный университет
Факультет филологический

Программа подготовки: **магистратура**
 Направление подготовки: **42.04.01 Реклама и связи с общественностью**
 Магистерская программа: **Реклама и связи с общественностью**
 Очная форма обучения. Семестр **2**
 Заочная форма обучения. Семестр **2**
 Учебная дисциплина **Особенности регулирования рекламной и PR-деятельности**

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1

1. Реклама каких товаров и услуг не допускается в РФ?
2. Укажите основные требования Закона к рекламе в ходе телетрансляции спортивных соревнований.

Утверждено на заседании кафедры журналистики,
протокол № ____ от «____» _____ 20____ г.

Заведующая кафедрой
Экзаменатор

И.М. Артамонова

В.П. Безродный

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

8.1. Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 2

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	15
	Самостоятельная работа	15
	Контрольные работы по практике	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	10
ИТОГО		50
Экзамен		50
Общий итог за семестр		100

8.2. Форма обучения – заочная, курс – 1, семестр – 2

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-3	Организационно-учебная работа в аудитории	5
	Самостоятельная работа	25
	Контрольные работы по практике	10

	Контрольная работа по теоретическому материалу	10
ИТОГО		50
Экзамен		50
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. 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:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования...
- 3) 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;
 - экзамен и зачет 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.

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:

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

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия проводятся в 1-м (г. Донецк, ул. Университетская, 24) учебном корпусе университета. Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное на кафедре журналистики.

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

1. Закон РФ "О средствах массовой информации" от 27.12.1991 N 2124-1 (с изменениями)
2. Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ (с изменениями)

11.2. Дополнительная литература

3. Кирилловых, А. А. Рекламное право и законодательство: система правового регулирования. – URL: <http://www.center-bereg.ru/h307.html> (дата обращения: 28.04.2016).
4. Степанов, А. Г. Законодательство о рекламе. – URL: <http://www.md-promotion.ru/articles/html/article32652.html> (дата обращения: 03.05.2016).

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим

доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.

2. **eLIBRARY.RU**: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека «**КиберЛенинка**»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система «**Лань**»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

5. **ЭБС Юрайт**: электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ**: сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив ДонГУ**: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).