

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНТРАНС РОССИИ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»
(ФГБОУ ВО СПбГУ ГА)**

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор-проректор по
учебной работе



Н.Н. Сухих

2017 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с
общественностью**

Направление подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль):

Реклама и связи с общественностью в отрасли (транспорт)

Квалификация (степень) выпускника:

бакалавр

Форма обучения:

очная

Санкт-Петербург

2017

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями дисциплины «Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью» являются: формирование у студентов базовых теоретических знаний о правовом регулировании PR, гражданско-правовой охране результатов интеллектуальной деятельности, приравненных к ним средств индивидуализации товаров и их производителей; умения работать в поле правового режима конфиденциальной информации; иметь навыки подготовки рекламного продукта, в контексте правового регулирования информации, СМИ, авторских прав, использования государственной символики.

Задачами освоения дисциплины являются:

- формирование знаний о содержании законодательных актов Российской Федерации в области правовой охраны интеллектуальной собственности, СМИ, рекламной деятельности, авторских прав;
- приобретение умений оперирования аспектами правовых основ коммерческого использования объектов интеллектуальной собственности;
- овладение навыками применения методов анализа рекламы как объекта интеллектуальной собственности и авторских прав.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной и рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической видам профессиональной деятельности.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью» представляет собой дисциплину, относящуюся к Вариативной части Блока 1 Дисциплины (модули).

Данная дисциплина базируется на компетенциях, сформированных у студента при освоении дисциплин: Правоведение, Основы интегрированных коммуникаций.

Дисциплина «Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью» является обеспечивающей для дисциплин: Реклама и связи с общественностью в государственных институтах и структурах.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)
Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-4)	Знать: – о содержании федеральных законов и нормативных актов, обеспечивающих функционирование СМИ, СО и рекламы; Уметь: – обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы; Владеть: – способностью профессионального использования нормативных правовых документов в своей деятельности в сфере связей с общественностью.
Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)	Знать: — о порядке разрешения споров, конфликтов субъектов СО и рекламы правовыми средствами; Уметь: — устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации; Владеть: – способностью устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами.
Способность владеть знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с	Знать: - о законодательных актах, регулирующих работу в отделах по связям с общественностью; Уметь: - устанавливать связи с людьми и организациями,

общественностью (ОПК-2);	располагающими важными сведениями, источниками информации; Владеть: - навыками составления документов, регулирующих работу отделов рекламы и связей с общественностью.
Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).	Знать: - основные теоретические моменты, связанные с коммуникационной инфраструктурой организации. Уметь: - владеть навыками создания эффективной инфраструктуры организации. Владеть: - навыками обеспечения внутренней и внешней коммуникации в правовом поле организации.

4 Объём дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единицы, 108 академических часов.

Наименование	Всего часов	Семестры
		4
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	108	108
Контактная работа:	42	42
лекции	14	14
практические занятия	28	28
лабораторные работы	-	-
курсовой проект (работа)	-	-
Самостоятельная работа студента	57	57
Промежуточная аттестация	Зачет с оценкой 9	Зачет с оценкой 9

5 Содержание дисциплины (модуля)

5.1 Соотнесения тем (разделов) дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК-4	ОПК-1		
Тема 1. Связи с общественностью как объект правового регулирования	14	+		Л, ПЗ, СРС, ВК	У
Тема 2. Правовые основы управления информацией	12	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д.
Тема 3. Договорное и обязательное право	12	+		Л, ПЗ, СРС	У, Д.
Тема 4. Понятие и сущность правовой охраны интеллектуальной собственности	14	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д.
Тема 5. Правовые основы охраны авторских прав	10	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д.
Тема 6. Принципы патентного права	13	+		Л, ПЗ, СРС	У, Д.
Тема 7. Право на средства индивидуализации товаров и услуг.	12	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д.
Тема 8. Правовое регулирование рекламной деятельности в СМИ	12	+	+		У, Д.
Зачет с оценкой	9				
Итого по дисциплине (модулю)	108				

Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, ВК – входной контроль, У – устный опрос, Д – доклад.

5.2 Темы (разделы) дисциплины (модуля) и виды занятий

Наименование темы дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Связи с общественностью как объект правового регулирования.	2	4			8		14
Тема 2. Правовые основы управления информацией	2	4			6		12
Тема 3. Договорное и обязательное право	2	4			6		12
Тема 4. Понятие и сущность правовой охраны интеллектуальной собственности	2	4			8		14
Тема 5. Правовые основы охраны авторских прав		4			6		10
Тема 6. Принципы патентного права	2	2			9		13
Тема 7. Право на средства индивидуализации товаров и услуг.	2	4			6		12
Тема 8. Правовое регулирование рекламной деятельности в СМИ	2	2			8		12
Итого за семестр	14	28			57		99
Контроль (экзамен)							9
Итого по дисциплине (модулю)	14	28			57		108

5.3 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК ОБЪЕКТ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Основные понятия в сфере правового регулирования. Проблема юридического определения связей с общественностью.

Тема 2. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИЕЙ

Информационная сфера как объект права. Информационные процессы. Понятие и структура информационной сферы. Объективные законы развития информационной сферы. Понятие «информация», «документ». Основные признаки и юридические свойства информации. Информация как объект права.

Структура информации. Информационные системы и информационные технологии как объекты права.

Информационные ресурсы. Понятие информационных ресурсов. Понятие «правовой режим». Правовой режим информационных ресурсов. Субъекты права в информационной сфере. Субъекты отношений в информационной сфере. Категории субъектов. Человек и гражданин как субъект права в информационной сфере. Органы государственной власти как субъекты права в информационной сфере. Право на информацию. Основные информационные права и свободы, основания для их ограничения. Законодательное регулирование права на информацию. Право на доступ к информации. Нормы информационного права во Всеобщей декларации прав человека и в Конституции РФ. Основы теории безопасности. Понятие, предмет информационной безопасности. Доктрина информационной безопасности об основных угрозах в информационной сфере и их источниках. Правовое обеспечение интересов обладателей конфиденциальной информации. Российское законодательство о правовой охране коммерческой тайны и конфиденциальной информации. Соотношение понятий: коммерческая тайна и секреты производства (ноу-хау) и служебной тайны. Субъекты права на коммерческую тайну. Права обладателей коммерческой тайны. Выявление ноу-хау в техническом предложении и предотвращение утечки коммерческой информации, составляющей секреты производства. Особенности рекламы научно-технических достижений, содержащих «ноу-хау», коммерческие и фирменные секреты. Договорная форма защиты конфиденциальной информации. Основания и виды ответственности за нарушение законодательства о коммерческой тайне.

Тема 3. ДОГОВОРНОЕ И ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ ПРАВО

Осуществление гражданских прав. Пределы осуществления гражданских прав. Способы защиты гражданских прав. Общие положения о договоре. Понятие «договора», условия договора. Виды договоров. Основные положения о заключении договора. Изменение и расторжение договора. Общие положения об обязательствах. Понятие «обязательства» и виды обязательств. Способы осуществления обязательств. Право собственности и другие вещные права. Понятие «сделки». Виды сделок.

Тема 4. ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Характеристика основных институтов права интеллектуальной собственности и объектов интеллектуальной собственности. Система российского законодательства в области правовой охраны интеллектуальной собственности.

Анализ содержания понятий «нематериальные активы» и

«интеллектуальная собственность». Интеллектуальная собственность в системе международных экономических отношений.

Значение правовой охраны интеллектуальной собственности в повышении конкурентоспособности продукции или услуги

Тема 5. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ОХРАНЫ АВТОРСКИХ ПРАВ

Реклама как объект авторского права. Понятие и принципы авторского права. Объекты авторского права. Правовое значение отдельных элементов произведения. Объективные формы существования произведений. Назначение и достоинство произведения. Произведения не являющиеся объектами авторского права. Требования по соблюдению формальностей.

Субъекты авторского права. Служебное произведение и особенности его использования. Права авторов произведений науки, литературы, искусства. Свободное использование произведений. Срок действия авторского права.

Содержание смежных прав и их особенности. Охрана прав исполнителей, производителей фонограмм, организаций эфирного и кабельного вещания. Срок действия смежных прав.

Понятие контрафакции, ее сущность и очевидный вред. Ответственность за нарушение авторских и смежных прав.

Реклама как объект авторского права: фирменный стиль, дизайн рекламы, поиск творческой идеи. Порядок передачи авторских прав на рекламу.

Тема 6. ПРИНЦИПЫ ПАТЕНТНОГО ПРАВА

Объекты патентного права: изобретения, полезные модели, промышленные образцы. Сроки правовой охраны различных объектов патентного права. Объекты изобретений: устройство, способ, вещество, штаммы микроорганизмов. Критерии охраноспособности. Исключение из правовой охраны. Авторы и патентообладатели. Служебные изобретения. Проблема правовой охраны секретных изобретений.

Роль и значение правовой охраны полезных моделей в развитии малого и среднего бизнеса. Возможность преобразование заявки на изобретение в заявку на полезную модель и наоборот.

Порядок оформления прав на изобретения, полезные модели, промышленные образцы. Патентная формула, ее роль и значение в определении патентной монополии.

Порядок подачи и рассмотрения заявок на выдачу патента. Палата по патентным спорам. Патентные пошлины: их роль и значение. Патентные поверенные. Понятие нарушение патентной монополии. Особенности судопроизводства по делам, связанным с охраной промышленной собственности: досудебный порядок, судебная экспертиза.

Способы защиты исключительных прав патентообладателей. Меры по пресечению недобросовестной конкуренции.

Тема 7. ПРАВО НА СРЕДСТВА ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Понятие в объективном смысле и функции товарного знака (знака обслуживания) как института интеллектуальной собственности. Источники права на товарный знак (знак обслуживания).

Виды товарного знака. Субъекты права на товарный знак.

Требования и содержание заявки на регистрацию товарного знака. Подача заявки. Приоритет. Патентные поверенные. Пошлины. Экспертиза заявки: формальная экспертиза и экспертиза заявленного обозначения. Международная классификация товаров и услуг (МКТУ).

Основания к отказу в регистрации товарного знака. Регистрация товарного знака. Выдача свидетельства. Срок регистрации. Порядок продления срока регистрации. Предупредительная маркировка.

Права владельца товарного знака. Порядок рассмотрения споров, связанных с регистрацией товарного знака и признанием его недействительным.

Порядок регистрации товарного знака в зарубежных странах.

Понятие фирменного наименования. Возникновение права на фирменное наименование. Субъекты права. Отдельные виды обязательств. Внедоговорные обязательства. Обязательства вследствие причинения вреда. Обязательства вследствие необоснованного обогащения. Позиционирование с использованием государственного наименования и символики

Тема 8. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СМИ

Обзор рекламного законодательства Российской Федерации. Правовые основы рекламы в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Общие требования к рекламе. Специальные требования к рекламе. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Комментарии к Федеральному закону РФ «О рекламе». Налогообложение рекламы. Размещение наружной рекламы. Исключительное право коммерческой организации-юридического лица на фирменное наименование.

Понятие и функции наименования места происхождения товара. Регистрация наименования места происхождения товара. Выдача свидетельства. Срок регистрации.

Субъекты права на наименование места происхождения товара.

Формы использования и прекращение правовой охраны наименования места происхождения товаров.

5.4 Практические занятия (семинары)

Номер темы дисципли ны (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
1	Практическое занятие № 1. Основные понятия в сфере правового регулирования.	2
1	Практическое занятие № 2. Основные проблемы правового регулирования связей с общественностью.	2
2	Практическое занятие № 4. Информационные системы и информационные технологии как объекты права.	2
2	Практическое занятие № 5. Нормы информационного права во Всеобщей декларации прав человека и в Конституции РФ.	2
3	Практическое занятие № 7. Способы защиты гражданских прав.	2
3	Практическое занятие № 8. Право собственности и другие вещные права.	2
4	Практическое занятие № 10. Система российского законодательства в области правовой охраны интеллектуальной собственности.	2
4	Практическое занятие № 11. Интеллектуальная собственность в системе международных экономических отношений.	2
5	Практическое занятие № 13. Реклама как объект авторского права.	2
5	Практическое занятие № 14. Субъекты авторского права.	2
6	Практическое занятие № 16. Объекты патентного права: изобретения, полезные модели, промышленные образцы.	2
7	Практическое занятие № 19. Требования и содержание заявки на регистрацию товарного знака.	2
7	Практическое занятие № 20. Регистрация товарного знака.	2
8	Практическое занятие № 22. Правовые основы рекламы в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.	2
	Итого по дисциплине (модулю)	28

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисципли- ны (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
1	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 2, 3]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам семинарского занятия.	8
2	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 2, 3, 5]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам семинарского занятия. 3. Подготовка к выступлениям на семинарах с докладами и сообщениями, фиксированными выступлениями и пр.	6
3	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 3, 4, 5]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам семинарского занятия. 3. Подготовка к выступлениям на семинарах с докладами и сообщениями, фиксированными выступлениями и пр.	6
4	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам семинарского занятия. 3. Подготовка к выступлениям на семинарах с докладами и сообщениями, фиксированными выступлениями и пр.	8
5	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам семинарского занятия. 3. Подготовка к выступлениям на семинарах с докладами и сообщениями, фиксированными выступлениями и пр.	6
6	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам семинарского занятия.	9

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
7	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам семинарского занятия. 3. Подготовка к выступлениям на семинарах с докладами и сообщениями, фиксированными выступлениями и пр.	6
8	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам семинарского занятия. 3. Подготовка к выступлениям на семинарах с докладами и сообщениями, фиксированными выступлениями и пр.	8
	Итого по дисциплине (модулю)	57

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1 Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/398105> (дата обращения: 14.01.2017).

2 Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 431 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3912-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/406925> (дата обращения: 14.01.2017).

б) дополнительная литература:

3 Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/396735> (дата обращения: 14.01.2017).

4 Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и пр : учебник для бакалавриата и магистратуры / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 391 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/399195> (дата обращения: 14.01.2017).

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- 1 Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.online-science.ru/>, свободный(дата обращения: 14.01.2017).
- 2 Журнал «Вопросы философии» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vphil.ru/>, свободный(дата обращения: 14.01.2017).
- 3 Журнал «Социологические исследования» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.isras.ru/>, свободный(дата обращения: 14.01.2017).
- 4 Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.aup.ru/>, свободный(дата обращения: 14.01.2017).
- 5 Aviation Explorer [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.aex.ru/>, свободный(дата обращения: 14.01.2017).
- 6 Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.favt.ru/>, свободный(дата обращения: 14.01.2017).
- 7 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный(дата обращения: 14.01.2017).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- 8 Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный(дата обращения: 14.01.2017).
- 9 Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный(дата обращения: 14.01.2017).
- 10 Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный(дата обращения: 14.01.2017).
- 11 Научно-информационное пространство Соционет [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный(дата обращения: 14.01.2017).
- 12 Федеральный образовательный портал ЭСМ [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный(дата обращения: 14.01.2017).

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью	Поточная аудитория 306	Мультимедийный проектор AcerX1261P Ноутбук ПК Asus, Экран Lumien Master picture 180*180 Доступ в сеть Интернет	Microsoft Windows 7 Professional лицензия № 46231032 от 4 декабря 2009 года Microsoft Windows Office Professional Plus 2007 лицензия № 43471843 от
--	------------------------	---	---

			07 февраля 2008 года Acrobat Professional 9 Windows International лицензия № 4400170412 от 13 января 2010 года Kaspersky Anti-Virus Suite для WKS и FS лицензия № 1D0A170720 09260311055 0 от 20 июля 2017 г
--	--	--	--

8 Образовательные и информационные технологии

В процессе преподавания дисциплины «Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью» используются классические формы и методы обучения: лекции, практические занятия (семинары), самостоятельная работа студентов.

В рамках дисциплины студентам необходимо освоить значительный объём материала, являющийся основой формирования профессиональных компетенций, поэтому используются следующие образовательные технологии:

1. Лекции. Лекция составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия основных вопросов. На лекции концентрируется внимание студентов на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируется их активная познавательная деятельность.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, сопровождающееся примерами из практической деятельности. Материал лекции излагается при одновременной демонстрации слайдов, созданных в программе PowerPoint.

2. Практические занятия проводятся в целях практического закрепления

теоретического материала излагаемого на лекции. На практическом занятии производится решение задач в области правовых коммуникаций, публичные выступления студентов перед аудиторией, способствующие развитию у них умения сопоставлять данные разных источников и обобщать их, умения связывать теоретические положения дисциплины «Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью» с конкретными ситуациями. Главным содержанием практического занятия является индивидуальная практическая работа каждого студента.

3. Письменные и устные домашние задания.

4. Обсуждение подготовленных студентами докладов.

5. Консультации преподавателей. Консультации являются одной из форм руководства самостоятельной работой студентов и оказания им помощи в освоении учебного материала. Консультации проводятся регулярно не менее одного раза в неделю в часы, свободные от учебных занятий, и носят в основном индивидуальный характер. На консультациях повторно рассматриваются вопросы, на которых базируется изучаемая дисциплина, и которые по результатам текущего контроля не достаточно усвоены обучающимися.

7. Самостоятельная работа:

- а) освоение теоретического материала,
- б) подготовка к практическим занятиям,
- в) выполнение домашних заданий,
- г) творческая работа,
- д) работа с электронным учебно-методическим комплексом,
- е) подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа студента является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирования навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа с нормативно-правовыми документами, периодическими изданиями и научно-популярной литературой, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий, в том числе и индивидуальных, получаемых студентом после каждого занятия.

Все задания, выносимые на самостоятельную работу, выполняются студентом на отдельных листах формата А4 или, при необходимости дополнительной визуализации, в программе PowerPoint. Контроль над выполнением заданий выносимых на самостоятельную работу осуществляет преподаватель.

9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)

Уровень и качество знаний студентов оцениваются по результатам входного контроля, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины в виде экзамена.

Входной контроль предназначен для выявления уровня усвоения компетенций обучающимся, необходимых перед изучением дисциплины. Входной контроль осуществляется по вопросам, на которых базируется читаемая дисциплина.

Текущий контроль успеваемости обучающихся включает устные опросы, задания, выдаваемые на самостоятельную работу по темам дисциплины.

Устный опрос проводится на каждом практическом занятии в течение не более 10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, излагаемого на лекции. Перечень вопросов определяется уровнем подготовки учебной группы, а также индивидуальными особенностями обучающихся.

Контроль выполнения задания, выдаваемого на самостоятельную работу, преследует собой цель своевременного выявления плохо усвоенного материала дисциплины для последующей корректировки или организации обязательной консультации. Проверка выданного задания производится не реже чем один раз в две недели.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в виде экзамена в 6 семестре.

Экзамен позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины.

Экзамен предполагает ответ на теоретические вопросы из перечня вопросов, вынесенных на зачет. К моменту сдачи экзамена должны быть благополучно пройдены предыдущие формы контроля.

Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает активность студентов на занятиях, посещаемость занятий, оценки за практические работы, выполнение самостоятельных заданий.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

5 семестр

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минималън ое значение	максима льное значени е		
Лекция 1	2	3	1	
Практическое занятие 1	2	3	1	
Практическое занятие 2	2	3	2	
Лекция 2	2	3	3	
Практическое занятие 3	2	3	3	
Практическое занятие 4	2	3	4	
Лекция 3	2	3	5	
Практическое занятие 5	2	3	5	
Практическое занятие 6	2	3	6	
Лекция 4	2	3	7	
Практическое занятие 7	3	4	7	
Практическое занятие 8	2	4	8	
Лекция 5	2	3	9	
Практическое занятие 9	2	4	9	
Практическое занятие 10	2	4	10	
Лекция 6	2	3	11	
Практическое занятие 11	3	3	11	
Практическое занятие 12	2	4	12	
Лекция 7	2	3	13	
Практическое занятие 13	3	4	13	

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядков ой номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минималъ ное значение	максима льное значени е		
Практическое занятие 14	2	4	14	
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
Зачет с оценкой	15	30		
Итого по дисциплине (модулю)	60	100		
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по 5-ти балльной «академической» шкале				
Количество баллов по БРС		Оценка (по 5-ти балльной «академической» шкале)		
90 и более		5 – «отлично»		
75÷89		4 – «хорошо»		
60÷74		3 – «удовлетворительно»		
менее 60		2 – «неудовлетворительно»		

9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В процессе преподавания дисциплины «Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью» для текущей аттестации обучающихся используются следующие формы:

- заслушивание и оценка докладов и выступлений по вопросам тем семинарских занятий.

По итогам освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена.

Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся в ГУГА являются: Устав СПбГУГА, учебная программа по соответствующему направлению подготовки бакалавров, Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса в ГУГА.

На первом занятии преподаватель доводит до сведения обучающихся график текущего контроля освоения дисциплины и критерии оценки знаний при текущем контроле успеваемости, а также сроки и условия промежуточной итоговой аттестации.

Реализацию непрерывного контроля знаний согласно графику преподаватель осуществляет за счет часов, предусмотренных нормами времени на проверку различного рода письменных работ, проведение консультаций и пр.

Показателями, характеризующими текущую учебную работу студентов, являются:

- активность посещения занятий и работы на занятиях;
- выступление с докладами.

Сроки промежуточной аттестации определяются графиком учебного процесса. По дисциплине «Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью» предусмотрен экзамен. Для допуска к нему необходимо предоставить все работы, выполняемые в течение семестра.

Экзамен проводится в форме устного ответа на 2 вопроса из приведенного ниже (9.6) списка.

9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине (модулю)

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам (модулям)

Правоведение

1. Система Российского государственного права
2. Нормы права: структура и виды
3. Субъекты и объекты права
4. Понятие авторского права

Основы интегрированных коммуникаций

- 1 Понятие конкурентных преимуществ.
- 2 Понятие PR-кампаний и рекламных кампаний.
- 3 Понятие интегрированных коммуникаций.

4 Понятие и виды PR-технологий.

5 Понятие товарного знака

9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)	Шкалы
Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-4)	Знать: о содержании федеральных законов и нормативных актов, обеспечивающих функционирование СМИ, СО и рекламы; Уметь: обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать	Базовый уровень: Имеет представление о профессиональных и этических требованиях к специалисту по связям с общественностью. Имеет представление о правовых нормах в сфере деятельности СМИ Имеет представление об основных законодательных актах в сфере рекламной деятельности.	Умеет оперировать профессиональными понятиями и категориями и рекламы и связей с общественностью. Осознание существующих подходов при анализе правовых норм в сфере рекламной деятельности.	Знания обучающихся оцениваются по пятибалльной системе с выставлением обучающимся итоговых оценок: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценка «отлично» подразумевает полный, содержательный ответ, аргументир

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)	Шкалы
	аргументированные ответы; Владеть: способностью профессионального использования нормативных правовых документов в своей деятельности в сфере связей с общественностью.	Профессиональный уровень: Имеет устойчивые знания по изучаемой дисциплине Способен применять положения дисциплины при анализе профессионального использования нормативных правовых документов в сфере связей с общественностью.		ованный фактически и цифровым материалом. Логичное изложение теоретических знаний и умение их применять для решения практических задач. Ответ содержит правильно сформулированные выводы и полное, обоснованное заключение. Оценка «хорошо»: полный, содержательный ответ по двум вопросам билета, но недостаточное подтверждение изложенного материала
Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)	Знать: о порядке разрешения споров, конфликтов субъектов СО и рекламы правовыми средствами; Уметь: устанавливать связи с людьми и организациями, располагающим и важными сведениями, источниками информации;	Базовый уровень: Имеет представление о содержании федеральных законов и нормативных актов, обеспечивающих функционирование СМИ, СО и рекламы. Имеет представление о порядке разрешения споров, конфликтов субъектов СО правовыми средствами.	Умеет оперировать профессиональными понятиями в сфере рекламы и связей с общественностью. Осознание возможности разрешения патентных споров в данной сфере.	

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)	Шкалы
	Владеть: способностью устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителям и различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами.	Имеет представление о способах устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации.		Отсутствие глубины понимания теоретического материала и его применения для решения экспериментальных задач. При формулировке выводов и заключения отсутствует их аргументированность. Оценка «удовлетворительно»: неполный ответ на один из поставленных в билете вопросов. Недостаточно глубокое владение теоретическим материалом, незнание фактического

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)	Шкалы
				материала, неспособность аргументировать свои выводы. Оценка «неудовлетворительно»: неполный ответ на оба поставленных в билете вопроса. Отсутствие знаний теоретического и экспериментального материала. Отсутствие выводов и заключения. Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающимся в случаях: необходимости конкретизации информации по вопросам с целью проверки

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)	Шкалы
				глубины знаний отвечающего о по связанным между собой темам и проблемам; необходимости проверки знаний отвечающего о по основным темам и проблемам дисциплины при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)

Тема 1 Связи с общественностью как объект правового регулирования

Вопросы

1. Проблема юридического определения связей с общественностью.
2. Дать определение «гражданской правоспособности» и «гражданской дееспособности».
3. Понятие «юридического лица», признаки юридического лица.

4. Правоспособность и дееспособность юридических лиц.

Тема 2. Правовые основы управления информацией

Вопросы

1. Информационная сфера как объект права.
2. Информационные процессы. Понятие и структура информационной сферы. Объективные законы развития информационной сферы. Понятие «информация», «документ».
3. Основные признаки и юридические свойства информации. Информационные системы и информационные технологии как объекты права.
4. Понятие информационных ресурсов.

Тема 3. Договорное и обязательное право

Вопросы

1. Общие положения о договоре. Понятие «договора», условия договора.
2. Виды договоров.
3. Изменение и расторжение договора.
4. Общие положения об обязательствах. Понятие «обязательства» и виды обязательств. Способы осуществления обязательств.

Тема 4. Понятие и сущность правовой охраны интеллектуальной собственности

Вопросы

1. Система российского законодательства в области правовой охраны интеллектуальной собственности.
2. Анализ содержания понятий «нематериальные активы» и «интеллектуальная собственность».
3. Объекты патентного права.

Тема 5. Правовые основы охраны авторских прав

Вопросы

1. Реклама как объект авторского права: фирменный стиль, дизайн рекламы, поиск творческой идеи. Порядок передачи авторских прав на рекламу.
2. Понятие и принципы авторского права. Объекты авторского права. Субъекты авторского права.
3. Понятие контрафакции, ее сущность и очевидный вред. Ответственность за нарушение авторских и смежных прав.

Тема 6. Принципы патентного права

Вопросы

1. Порядок оформления прав на изобретения, полезные модели, промышленные образцы.
2. Патентная формула, ее роль и значение в определении патентной монополии.
3. Способы защиты исключительных прав патентообладателей.
4. Меры по пресечению недобросовестной конкуренции.

Тема 7. Право на средства индивидуализации товаров и услуг

Вопросы

1. Право на средства индивидуализации товаров и услуг. (брендинг).
2. Виды товарного знака. Субъекты права на товарный знак.
3. Права владельца товарного знака.
4. Порядок регистрации товарного знака в зарубежных странах.
5. Понятие фирменного наименования.

Тема 8. Правовое регулирование рекламной деятельности в СМИ

Вопросы

1. Обзор рекламного законодательства Российской Федерации.
2. Правовые основы рекламы в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
3. Общие требования к рекламе. Специальные требования к рекламе.
4. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

Примерный перечень вопросов к экзамену для проведения промежуточного контроля по дисциплине

1. Проблема юридического определения связей с общественностью
2. Дать определение «гражданской правоспособности» и «гражданской дееспособности»
3. Понятие «юридического лица», признаки юридического лица
4. Правоспособность и дееспособность юридических лиц
5. Образование юридического лица (охарактеризовать основные этапы)
6. Индивидуализация юридических лиц. Виды юридических лиц
7. Филиалы и представительства: определение
8. Понятие и условия договора. Основные положения о заключении договора
9. Понятие «обязательного права»: определение. Виды обязательств. Способы обеспечения обязательств.
10. Понятие и виды убытков. Возмещение убытков.
11. Право собственности и другие вещные права
12. Понятие «сделка». Виды и формы сделок.

13. Понятие и виды представительства. Доверенность.
14. Понятие договора купли-продажи. Его виды
15. Подряд. Договор подряда.
16. Аренда. Особенности договора аренды
17. Связи с общественностью как объект правового регулирования. Проблема юридического определения связей с общественностью.
18. Информационная сфера как объект права.
19. Информационные процессы. Понятие и структура информационной сферы. Объективные законы развития информационной сферы. Понятие «информация», «документ».
20. Основные признаки и юридические свойства информации. Информационные системы и информационные технологии как объекты права.
21. Понятие информационных ресурсов.
22. Понятие «правовой режим». Правовой режим информационных ресурсов.
23. Субъекты отношений в информационной сфере. Правовой статус организаций и учреждений в информационной сфере.
24. Право на доступ к информации.
25. Нормы информационного права во Всеобщей декларации прав человека и в Конституции РФ.
26. Особенности правоотношений в сфере массовой информации. Ответственность СМИ и защита прав в сфере массовой информации.
27. Правовое обеспечение интересов обладателей конфиденциальной информации.
28. Соотношение понятий: коммерческая тайна и секреты производства (ноу-хау) и служебной тайны. Основания и виды ответственности за нарушение законодательства о коммерческой тайне.
29. Граждане как субъекты гражданских правоотношений (физические лица)
30. Юридические лица. Понятия и признаки юридического лица.
31. Образование юридического лица (основные этапы).
32. Индивидуализация юридических лиц.
33. Филиалы и представительства.
34. Виды юридических лиц.
35. Общие положения о договоре. Понятие «договора», условия договора.
36. Виды договоров.
37. Изменение и расторжение договора.
38. Общие положения об обязательствах. Понятие «обязательства» и виды обязательств. Способы осуществления обязательств.
39. Право собственности и другие вещные права.
40. Понятие «сделки». Виды сделок.
41. Система российского законодательства в области правовой охраны интеллектуальной собственности.
42. Анализ содержания понятий «нематериальные активы» и «интеллектуальная собственность».
43. Реклама как объект авторского права: фирменный стиль, дизайн рекламы,

- поиск творческой идеи. Порядок передачи авторских прав на рекламу.
44. Понятие и принципы авторского права. Объекты авторского права. Субъекты авторского права.
45. Понятие контрафакции, ее сущность и очевидный вред. Ответственность за нарушение авторских и смежных прав.
46. Объекты патентного права
47. Право на средства индивидуализации товаров и услуг. (брендинг)
48. Виды товарного знака. Субъекты права на товарный знак.
49. Права владельца товарного знака
50. Порядок регистрации товарного знака в зарубежных странах.
51. Понятие фирменного наименования.
52. Обзор рекламного законодательства Российской Федерации. Правовые основы рекламы в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
53. Общие требования к рекламе. Специальные требования к рекламе.

10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Программа по дисциплине «Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью» предназначена для студентов очной формы обучения.

Рекомендуется стандартная методика преподавания гуманитарных дисциплин. При изучении дисциплины предусмотрены следующие виды учебных занятий: лекции; практические занятия, самостоятельная работа и экзамен.

Особенность программы – установка на активизацию мыслительной деятельности обучающихся, выработку умений самостоятельной работы с учебным материалом, навыков конспектирования и работы со справочниками, энциклопедиями и словарями (в т.ч. и электронными).

Основной формой обучения в высшей школе является лекция. При чтении лекций преподаватель знакомит студентов с целями, задачами и структурой изучаемой дисциплины, ее местом в системе наук и связями с другими дисциплинами; дает краткое изложение комплекса основных научных понятий, подходов, методов, принципов данной дисциплины; раскрывает особенно сложные, актуальные вопросы, существенные положения, освещает дискуссионные проблемы; определяет перспективные направления научного знания в данной области социально-экономической и управленческой деятельности. В рамках лекций проводится изучение категориального аппарата дисциплины, определяются ключевые понятия и технологии.

Программа предполагает проведение семинарских занятий в следующих формах: доклады и деловые игры (кейсы).

Практические задания и упражнения предполагают активную работу студента в решении проблем игровой или реальной ситуации, в процессе которой происходит формирование и отработка определенных умений.

Итоговой практической работой по курсу является самостоятельная работа над антикризисной программой организации по выбору студента. В процессе практических занятий применяется интерактивное обучение как диалоговое обучение, в ходе которого осуществляется взаимодействие преподавателя и обучающегося. Интерактивная игра – один из видов интерактивного обучения. Цель интерактивной игры – изменение и улучшение моделей поведения, деятельности субъектов педагогического взаимодействия и осознанное усвоение этих моделей.

Самостоятельная работа по дисциплине предполагает изучение литературных источников, подготовку рефератов и докладов.

Темы практических занятий (семинаров) и практических заданий заранее сообщаются обучающимся для того, чтобы они имели возможность подготовиться и проработать соответствующие теоретические вопросы дисциплины, вопросы для обсуждения, рассмотреть и проанализировать примеры, проблемы и т. п. В начале каждого практического занятия (или задания) преподаватель кратко доводит до обучающихся его цель и задачи и обращает внимание студентов на наиболее сложные вопросы, относящиеся к изучаемой теме.

После проведения любого вида занятия обучающимся выдаются задания на самостоятельную работу. Выдаваемые задания являются частью учебного материала, который студенты должны освоить за время изучения дисциплины.

Самостоятельная работа студентов является важной составной частью процесса освоения любой дисциплины. В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний;
- углубление и расширение теоретических навыков;
- формирование способности использовать полученные знания для выработки собственной мировоззренческой позиции;
- развитие познавательных способностей и активности обучающихся, их творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование умения работать со справочной и специальной литературой, базами данных, интернетом;
- развитие самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации.

Контроль успеваемости и качества подготовки студентов по учебной дисциплине включает входной, текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится в ходе всех видов учебных занятий в форме устного опроса.

Промежуточная аттестация имеет целью определить степень достижения учебных целей по дисциплине.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 1 «Философии и социальных коммуникаций» « » 201 года, протокол № .

Разработчик:

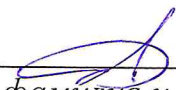
к.ф.н., доцент каф. № 1,  Смородина В.А.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)

Заведующий кафедрой № 1 «Философии и социальных коммуникаций»

к.ф.н., доцент  Майор М.Н.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)

Программа согласована:

Руководитель ОПОП:

к.ф.н., доцент  Майор М.Н.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы
руководителя ОПОП)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «20» января 2016 года, протокол № 3.

С изменениями и дополнениями от «30» августа 2017 года, протокол №10 (в соответствии с Приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»).