

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ПРАВОВОЕ И ЭТИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Правовое и этическое регулирование в рекламе и связях с общественностью» являются: формирование у обучающихся знаний о правовом регулировании интеллектуальной собственности и правовом обеспечении регулирования деятельности в области рекламы, выработка умений и навыков применения законодательства в профессиональной деятельности, обеспечение необходимого уровня компетентности будущих специалистов в области рекламной и PR деятельности в вопросах правового регулирования рекламной деятельности; освоение основных принципов этического регулирования в сфере социальных коммуникаций.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	7, 8 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-10; ОПК-5; ОПК-7
Трудоемкость дисциплины	6 зачетных единиц, 216 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>7 семестр</p> <p>Тема 1. Понятие и основные принципы рекламы, организации рекламной деятельности.</p> <p>Тема 2. Авторское право и интеллектуальная собственность.</p> <p>Тема 3. Правовое регулирование отношений в сфере рекламной деятельности.</p> <p>Тема 4. Правовые основы регулирования связей с общественностью.</p> <p>Тема 5. Правовые механизмы предупреждения коррупции: понятие и признаки.</p> <p>Тема 6. Особенности правового регулирования рекламы в Интернете и связей с общественностью.</p> <p>Тема 7. Правовые основы противодействия террористической и экстремистской деятельности.</p> <p>8 семестр</p> <p>Тема 1. Предмет этики и ее основные понятия. Этические нормы и нормы права.</p>

	<p>Тема 2. Особенности профессиональной этики. Этические кодексы коммуникационной сферы.</p> <p>Тема 3. Теоретические основы PR-этики. Кодекс профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA).</p> <p>Тема 4. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.</p> <p>Тема 5. Международный кодекс рекламной деятельности.</p> <p>Тема 6. Проблема этической оценки профессиональных ситуаций.</p> <p>Тема 7. Этическое регулирование рекламной деятельности в России.</p> <p>Тема 8. Негативные рекламные технологии: границы дозволенного. Профилактика коррупции, экстремизма, терроризма и противодействие им в профессиональной деятельности.</p> <p>Тема 9. Принципы социальной ответственности в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.</p> <p>Тема 10. Тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира в деятельности специалиста коммуникационной сферы.</p>
<p>Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p>	<p>Зачет (7, 8 семестр)</p>