

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»**



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

**Е. В. САЗОНОВА**  
ректор

Сертификат: 00eec2e5b252a0885bc682f9fa99feef8b

Основание: УТВЕРЖДАЮ

Дата утверждения: 19 июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

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

Наименование ОПОП: Реклама и связи с общественностью в медиасфере

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: заочная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: проектной деятельности в медиаиндустрии

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 академ. час. / 4 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 15,4 час.

самостоятельная работа: 128,6 час.

<b>Вид(ы) текущего контроля</b>	<b>Семестр (курс)</b>
контрольная работа ()	6
контрольная работа (реферат)	6
выполнение тестовых заданий	5, 6
выступление с докладом	5, 6
контрольная работа (реферат)	5, 6
подготовка научной или творческой работы по дисциплине	5, 6
посещение лекций	5, 6
посещение практически занятий	5, 6
<b>Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты</b>	<b>Семестр (курс)</b>
зачет с оценкой	6

Рабочая программа дисциплины «Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Реклама и связи с общественностью в медиасфере» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Составитель(и):**

Титовец А.Э., старший преподаватель кафедры проектной деятельности в медиаиндустрии

**Рецензент(ы):**

Иванцов П.П., заведующий кафедрой, к-т юрид. наук

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры проектной деятельности в медиаиндустрии

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета медиатехнологий

**СОГЛАСОВАНО**

Руководитель ОПОП

И.А. Байкова

Начальник УМУ

С.Л. Филипенкова

**УКАЗАННАЯ ЛИТЕРАТУРА ИМЕЕТСЯ В НАЛИЧИИ В БИБЛИОТЕКЕ ИНСТИТУТА ИЛИ ЭБС**

Заведующий библиотекой Н.Н. Никитина

# 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

## 1.1. Цели и задачи дисциплины

### Цель(и) дисциплины:

- Знать и понимать законодательство о рекламе и средствах массовой информации.
- Толковать правовые нормы, регулирующие общественные отношения, связанные с профессиональной деятельностью пиар-специалистов, редакторов, журналистов и рекламщиков.
- Понимать принципы разрешения споров, возникающих при создании и использовании рекламы, материалов средств массовой информации, проведении массовых мероприятий, а также при создании и функционировании организаций медиаиндустрии.

### Задачи дисциплины:

- Сформировать профессиональное правосознание в области рекламы и связей с общественностью посредством изучения норм международного права и российского законодательства в сфере массовых коммуникаций.
- Ознакомиться с основными нормами и принципами правовой защиты свободы слова и самовыражения, знать роль государственных институтов и судебной практике в сфере регулирования информационного обмена и массовых коммуникаций в России и странах Запада.
- Знать законодательство России, механизм его применения в пиаре, журналистике и рекламе, его особенности, процедуры, тенденции, права и обязанности журналиста.

## 1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина основывается на знаниях и умениях, приобретенных в ходе изучения предшествующих дисциплин/прохождения практик и взаимосвязана с параллельно изучаемыми дисциплинами:

Медиаэкономика

Экономика

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин и/или практик:

Авторское право в медиаиндустрии

Консалтинг в рекламе и связях с общественностью

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

## 1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

### Универсальные компетенции

УК-10 — Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.

УК-10.1 — Понимает значение основных правовых категорий, сущность коррупционного поведения, формы его проявления в различных сферах общественной жизни.

**Знает:** правовые основы в области противодействия коррупции

**Умеет:** вырабатывать правомерное поведение, на основе знания нормативно-правовой базы

**Владеет:** навыками поиска и анализа нормативно-правовых документов, связанных с профилактикой коррупционных правонарушений

УК-10.2 — Демонстрирует знание российского законодательства, а также

антикоррупционных стандартов поведения, уважение к праву и закону; идентифицирует и оценивает коррупционные риски, проявляет нетерпимое отношение к коррупционному поведению.

**Знает:** основные направления противодействия коррупции в Российской Федерации

**Умеет:** идентифицировать и оценивать коррупционные риски, проявлять нетерпимое отношение к коррупционному поведению

**Владеет:** навыками формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению в профессиональной деятельности

УК-2 — Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-2.2 — Производит оценку различных способов решения задач исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

**Знает:** особенности действия законодательства в сфере рекламы и средств массовой информации;

современную правовую базу, регулирующую взаимоотношения субъектов в сфере производства и использования рекламной продукции и материалов средств массовой информации.

**Умеет:** соблюдать правовые нормы и применять их в профессиональной деятельности.

**Владеет:** основными способами толкования нормативных правовых актов; приёмами и способами по защите субъективных прав в сфере профессиональной деятельности.

## 2. СТРУКТУРА, ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В КОМПЕТЕНТНОСТНОМ ФОРМАТЕ

### 2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 академ. час. / 4 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 15,4 час.  
самостоятельная работа: 128,6 час.

<b>Вид(ы) текущего контроля</b>	<b>Семестр (курс)</b>
контрольная работа	6
<b>Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты</b>	<b>Семестр (курс)</b>
зачет с оценкой	6

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	5	6	Итого
Лекции	0	0	0
Лекции установочные	2	0	2
Лекции с использованием ДОТ	0	2	2
Практические установочные	2	0	2
Практические с использованием ДОТ	0	6	6
Консультации	0	3	3
Самостоятельная работа	32	91	123
Самостоятельная работа во время сессии	0	5,6	5,6

<b>Итого</b>	<b>36</b>	<b>107,6</b>	<b>143,6</b>
--------------	-----------	--------------	--------------

## **2.2. Содержание учебной дисциплины**

### **Раздел 1. Общая часть медиа права**

#### **Тема 1. 1. Понятие и система медийного права**

Понятие медиа права. Информационное право и его место в системе юридических наук. Основные разделы медиа права. Публично-правовые и частно-правовые аспекты рекламы и связей с общественностью. Право на доступ к информации. Особое правовое положение журналистов и медиасообщества. Свобода информации и конфиденциальные сведения. Информация как предмет правового регулирования. Информация по категориям доступа: общеизвестные сведения, сведения о частной жизни физического лица, официальная информация, сведения, не подлежащие засекречиванию.

#### **Тема 1. 2. Источники медийного права и правовая ответственность. Антикоррупционное законодательство**

Источники медиа права: сущность и характеристики. Правовые акты и обычаи в медиасфере. Деонтология массовых коммуникаций. Разграничение источников информационного права и этических норм в медиасфере. Международные договоры в работе медиасообщества. Структура российского законодательства о средствах массовой информации. Конституция РФ и свобода самовыражения. Решения Европейского суда по правам человека в сфере свободы слова. Основные федеральные законы, указы Президента и постановления Правительства РФ в сфере рекламы, журналистики и пиара. Решения Европейского суда по правам человека в сфере свободы слова. Виды и формы правовой ответственности в медиасфере. Антикоррупционное законодательство РФ и практика его применения

#### **Тема 1. 3. Правовое обеспечение информационной безопасности**

Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. Основные угрозы в сфере массовых коммуникаций. Государственная тайна и другие секретные сведения. Недопустимость распространение экстремистских материалов. Регулирование и контроль телерадиовещания: механизмы, средства, полномочные органы. Лицензирование и концепция ограниченного ресурса частот электросвязи. Государственные, общественные и частные вещатели – сравнительный опыт России и западных стран. Порядок лицензирования вещателей в России: процедура, механизм, полномочные органы. Приостановление действия и аннулирование лицензии – опыт телерадиовещателей в России. Интернет и средства массовой информации. Способы анализа и принципы классификации СМИ в Интернете. Правовое регулирование содержания сообщений, размещаемых в глобальной сети. Обеспечение доказательств опубликования информации в Интернет. Проблемы правового регулирования рекламы в глобальной сети. Борьба с правонарушениями в медиасфере: клевета, оскорбление, пропаганда экстремизма.

#### **Тема 1. 4. Свобода слова и самовыражения**

Становление и правовая охрана свободы слова и самовыражения. Основные принципы и гарантии реализации свободы слова. Недопустимость злоупотребления свободой слова и самовыражения. Честь и достоинство, деловая репутация, диффамация. Опровержение и право на ответ: сущность и отличия. Возникновения права на опровержение и права на ответ, их реализация в средствах массовой информации. Моральный вред и его компенсация. Гарантии неприкосновенности частной жизни в законодательстве России. Защита общественных интересов. Право на тайну частной жизни и его правовая защита. Скрытая запись и согласие на распространение сведений. Освобождение от ответственности журналиста и редакции за распространение сведений не соответствующих действительности. Достоверность информации и свобода творчества. Демократические ценности, оппозиция и участие, плюрализм и его правовые гарантии.

### **Раздел 2. Особенная часть медиа права**

#### **Тема 2. 1. Право средств массовой информации**

Понятие средства массовой информации в действующем законодательстве России. Субъекты национальной и международной журналистики. Государственное регулирование производства и распространения средств массовой информации. Права и обязанности журналистов. Аккредитация: смысл, правила, механизмы аккредитации и лишения аккредитации. Ответственность журналиста и главного редактора за распространение закрытой и конфиденциальной информации. Профессиональная этика журналиста. Презумпция невиновности в современной журналистике. Достоверность журналистских материалов.

### **Тема 2. 2. Правовое регулирование рекламной деятельности**

Понятие рекламы в российском законодательстве. Свобода рекламы и свобода массовой информации. Закон «О рекламе». Субъекты рекламного процесса: рекламодатель, производители и распространители рекламы, потребители рекламы. Ненадлежащая реклама и правовая ответственность за её распространение. Особенности правового регулирования рекламы в печатных средствах массовой информации, на радио и в телепрограммах. Особенности рекламы отдельных видов товаров: алкогольные напитки и пиво, оружие, медикаменты, табачные изделия, мероприятия, основанные на риске. Защита интересов несовершеннолетних в рекламном законодательстве. Правовое регулирование социальной рекламы. Правовое регулирование спонсорства и благотворительность. Правовое регулирование распространения наружной рекламы.

### **Тема 2. 3. Правовое обеспечение связей с общественностью и предвыборная агитация**

Средства массовой информации как инструмент предвыборной агитации в российском законодательстве. Избирательное право и информационное законодательство. Принципы избирательного права и обеспечение равного доступа к средствам массовой информации кандидатам на замещение выборных должностей. Основные положения Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». Понятие и виды предвыборной агитации. Законодательные требования к содержанию материалов предвыборной агитации. Предвыборная агитация и информирование избирателей. Злоупотребление правом на проведение агитации. Общие условия проведения агитации в средствах массовой информации. Порядок предоставления бесплатных и платных медиаресурсов кандидатам на замещение выборных должностей. Сроки проведения предвыборной агитации. Гласность в деятельности избирательных комиссий. Опубликование итогов голосования. Источники права, регулирующие проведение предвыборных кампаний в средствах массовой информации. Порядок использования данных социологических опросов. Организация контроля за соблюдением избирательного законодательства. Роль Центризбиркома, органов судебной власти в электоральном процессе. Ответственность редакции и журналистов за нарушение порядка проведения предвыборной агитации.

### **Тема 2. 4. Право зрелищной индустрии**

Основы законодательства о культуре. Правовое регулирование массовых мероприятий. Международный культурный обмен. Правовые основы государственной поддержки социально-культурной сферы. Государственная поддержка кинематографии. Прокатное удостоверение и удостоверения национального фильма. Правовое регулирование фестивальной деятельности. Правовые основы организации концертной деятельности и зрелищных мероприятий. Правовая охрана средств индивидуализации участников гражданско-правового оборота, брендов, торговых марок и знаков обслуживания. Защита прав на фирменный стиль.

### **Тема 2. 5. Защита авторских и смежных прав**

Основы авторского права. Произведения авторского права в сфере массовых коммуникаций. Общественное достояние. Объекты смежных прав в сфере массовых коммуникаций. Свободное использование произведений, охраняемых авторским правом. Мультимедийные произведения как объект авторского права. Правовые основания использования результатов авторского труда. Договоры о передаче авторских прав. Юридическая ответственность за нарушение авторских и смежных прав. Международные стандарты в сфере защиты прав авторов. Копирайт и знак охраны авторского права. Продюсерские контракты в современной

медиаиндустрии.

### 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ТЕМАМ И ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Наименование раздела, (отдельной темы)	Лекции	Лекции с использованием ДОТ	Лабораторные работы	Практические занятия	Практические с использованием ДОТ	Индивидуальные занятия	Итого
<b>1</b>	<b>Общая часть медиа права</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>0</b>	<b>1,5</b>	<b>0,75</b>	<b>0</b>	<b>2,25</b>
1.1	Понятие и система медийного права	0,75	0	0	0	0	0	<b>0 *</b>
1.2	Источники медийного права и правовая ответственность. Анतिकоррупционное законодательство	0,75	0	0	1,5	0	0	<b>0 *</b>
1.3	Правовое обеспечение информационной безопасности	0	0,75	0	0	0	0	<b>0,75</b>
1.4	Свобода слова и самовыражения	0	0,75	0	0	0,75	0	<b>1,5</b>
<b>2</b>	<b>Особенная часть медиа права</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3,75</b>	<b>0</b>	<b>3,75</b>
2.1	Право средств массовой информации	0	0	0	0	0,75	0	<b>0,75</b>
2.2	Правовое регулирование рекламной деятельности	0	0	0	0	0,75	0	<b>0,75</b>
2.3	Правовое обеспечение связей с общественностью и предвыборная агитация	0	0	0	0	0,75	0	<b>0,75</b>
2.4	Право зрелищной индустрии	0	0	0	0	0,75	0	<b>0,75</b>
2.5	Защита авторских и смежных прав	0	0	0	0	0,75	0	<b>0,75</b>
	<b>ВСЕГО</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>0</b>	<b>1,5</b>	<b>4,5</b>	<b>0</b>	<b>9</b>

\* — тема для изучения в рамках самостоятельной работы студента

#### 4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

#### 5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

Практические занятия (семинары) по дисциплине «Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.



## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием балльно-рейтинговой системы.

Оценочные средства в полном объеме представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

<b>Вид(ы) текущего контроля</b>	<b>Семестр (курс)</b>
контрольная работа ( )	6
контрольная работа (реферат)	6
выполнение тестовых заданий	5, 6
выступление с докладом	5, 6
контрольная работа (реферат)	5, 6
подготовка научной или творческой работы по дисциплине	5, 6
посещение лекций	5, 6
посещение практических занятий	5, 6
<b>Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты</b>	<b>Семестр (курс)</b>
зачет с оценкой	6

### 6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Входной контроль осуществляется в форме устного опроса.

Вопросы:

1. Что такое право?
2. Какие известны источники права?
3. В чем заключается отличие права от морали?
4. Какова структура нормы права?
5. Какие вы знаете виды норм права?
6. Что такое предмет и метод правового регулирования?
7. Что означает понятие система права?
8. Какие существуют правовые системы современности?
9. Что означает понятие правовая культура?
10. В чем состоит сущность правосознания?

По результатам входного контроля определяются знания обучающегося, что в дальнейшем определяет направленность и глубину проработки тем занятий изучаемой дисциплины.

### 6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Контрольная работа выполняется в форме реферата.

Примерные темы контрольных работ:

1. «Свобода массовой информации» демократическое достижение или неконтролируемый процесс?
2. Роль и значение международных актов о правах человека в информационной сфере государства?
3. Периодические печатные издания и их правовой статус.
4. «Цензура» и её недопустимость- необходимость?.
5. Виды и способы злоупотребления свободой массовой информации.

6. Особенности регистрации средства массовой информации?
7. Реклама и её правовое регулирование
8. Ненадлежащая и недостоверная реклама
9. Разновидности разрешенной рекламы и способы её реализации
10. Социальная реклама в средствах массовой информации
11. Наружная реклама и правовой режим её распространения
12. Информационные агентства и их статус в России и Европе, общие черты и различия.
13. Сетевые издания как средства массовой информации и особенности их правового регулирования
14. Информационная безопасность и способы её обеспечения.
15. Средства и способы противодействия экстремизму в сфере распространения массовой информации.
16. Лицензия на вещание
17. Правовое регулирование предвыборной агитации
18. Защита чести, достоинства и деловой репутации и роль СМИ в этом процессе
19. Право на опровержение.
20. Журналист и его специальный статус.
21. Правовые основы использования скрытой записи.
22. Межгосударственное сотрудничество в области массовой информации.
23. Статус зарубежных корреспондентов и его особенности
24. Авторские права и общественное достояние.
25. Свобода СМИ и Положение о неприкосновенности частной жизни в России.
26. Международный культурный обмен и его правовое регулирование.
27. Европейский суд по правам человека и рассмотрение обращений по защите свободы слова.
28. Правовое регулирование социальных сетей в Интернет
29. Международная федерация журналистов и её этические нормы.

#### Тестовые материалы для контроля знаний

1. В рамках какой теории происхождения государства была высказана следующая идея: «Государство – это продукт сознательной деятельности людей, результат соглашения, достигнутого в обществе»
  - a. классовой;
  - b. договорной;
  - c. патриархальной.
2. Что из нижеперечисленного характеризует форму правления:
  - a. федеративное государство;
  - b. демократическое государство;
  - c. монархическое государство.
3. Обозначением политического режима является
  - a. тоталитарное государство;
  - b. унитарное государство;
  - c. республиканское государство.
4. Право – это:
  - a. совокупность общеобязательных правил поведения, установленных или санкционированных государством;
  - b. нормативно-правовой акт;
  - c. федеральный закон;
  - d. выражение свободы и справедливости.
5. Кодификация – это:
  - a. положения, определяющие правовой статус отдельного органа, учреждения, предприятия, организации;
  - b. коренная переработка однородных нормативных актов и создание их на базе нового

- сводного нормативного акта стабильного содержания для соответствующей отрасли;
- c. правила, регулирующие определенный род деятельности;
  - d. положения, определяющие правовой статус иностранных граждан.
6. В случае заключения трудового договора работодатель имеет право:
- a. поручать работнику любое задание;
  - b. требовать выполнения работы, выходящей за рамки конкретного задания по договору;
  - c. поручать работнику любое задание, предусмотренное трудовой функцией;
  - d. не выплачивать заработную плату.
7. Преступление – это:
- a. виновно совершенное общественно опасное деяние, запрещенное уголовным законом под угрозой наказания;
  - b. общественно опасное деяние, запрещенное уголовным законом под угрозой наказания;
  - c. виновно совершенное общественно опасное деяние, запрещенное уголовным или административным законом под угрозой наказания;
  - d. общественно опасное деяние.

#### Примерные темы докладов

1. «Свобода массовой информации» демократическое достижение или неконтролируемый процесс
2. Роль и значение международных актов о правах человека в информационной сфере государства
3. Периодические печатные издания и их правовой статус.
4. «Цензура» и её недопустимость - необходимость
5. Виды и способы злоупотребления свободой массовой информации.
6. Особенности регистрации средства массовой информации
7. Информационные агентства и их статус в России и Европе, общие черты и различия.
8. Сетевые издания как средства массовой информации и особенности их правового регулирования
9. Информационная безопасность и способы её обеспечения.
10. Средства и способы противодействия экстремизму в сфере распространения массовой информации.
11. Лицензия на вещание
12. Правовое регулирование предвыборной агитации
13. Защита чести, достоинства и деловой репутации и роль СМИ в этом процессе
14. Право на опровержение.
15. Журналист и его специальный статус.
16. Правовые основы использования скрытой записи.
17. Межгосударственное сотрудничество в области массовой информации.
18. Статус зарубежных корреспондентов и его особенности
19. Авторские права и общественное достояние.
20. Свобода СМИ и Положение о неприкосновенности частной жизни в России.
21. Международный культурный обмен и его правовое регулирование.
22. Особенности процедуры банкротства физического лица
23. Правовое государство и его признаки.
24. Понятие и признаки гражданского общества.
25. Права и свободы человека
26. Правовой статус личности.
27. Законность и правопорядок.
28. Конституционный Суд Российской Федерации.
29. Гражданское общество как основа правового государства.
30. Право на труд и его обеспечение в условиях рыночной экономики.

31. Материальная ответственность работника.
32. Государственная тайна в Российской Федерации
33. Коммерческая тайна в сфере культуры
34. Особенности современного российского общества.
35. Материальное и процессуальное право.
36. Основные принципы избирательной системы РФ.
37. Индивидуальный трудовой договор: понятие, содержание, процесс заключения и изменения.
38. Виды трудовых споров и способы их разрешения.
39. Преступления в сфере экономической деятельности.
40. Преступления против порядка управления.
41. Должностные преступления.
42. Способы защиты права собственности.
43. Европейский суд по правам человека и рассмотрение обращений по защите свободы слова.
44. Правовое регулирование социальных сетей в Интернет
45. Международная федерация журналистов и её этические нормы.

### **6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации**

Перечень вопросов для подготовки к зачету с оценкой:

1. Общая характеристика Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации».
2. Свобода массовой информации.
3. Международные акты о правах человека в информационной сфере.
4. Правовое положение периодических печатных изданий.
5. Средства массовой информации в российском законодательстве: виды и формы распространения.
6. Понятие цензуры и её недопустимость.
7. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации.
8. Законодательство о массовых мероприятиях.
9. Организация деятельности средств массовой информации: субъекты национальной и международной журналистики.
10. Регистрация средства массовой информации. Заявление о регистрации. Отказ в регистрации.
11. Понятие и виды рекламы в российском законодательстве
12. Прекращение и приостановление деятельности средства массовой информации.
13. Статус учредителя средства массовой информации.
14. Статус редакции средства массовой информации.
15. Устав редакции средства массовой информации .
16. Статус издателя средства массовой информации.
17. Информационные агентства в российском законодательстве.
18. Сетевые издания как средства массовой информации.
19. Правоотношения по распространению массовой информации.
20. Выход в свет (в эфир) и его правовое значение. Выходные данные. Обязательные экземпляры.
21. Понятие и обеспечение информационной безопасности.
22. Противодействие экстремизму в сфере распространения массовой информации.
23. Лицензия на вещание. Аннулирование лицензии.
24. Социальная реклама и её правовой режим.
25. Обязательное хранение материалов радио- и телепередач.
26. Обязательные сообщения в средствах массовой информации.
27. Правовое регулирование рекламы.
28. Ненадлежащая реклама.
29. Право на получение информации.

30. Запрос информации. Отказ и отсрочка в предоставлении информации. Алгоритм действий журналиста, запрашивающего информацию из государственных информационных ресурсов.
31. Правовое регулирование предвыборной агитации.
32. Наружная реклама и правовой режим её распространения.
33. Защита прав на авторские произведения и письма в средствах массовой информации.
34. Право на опровержение. Порядок опровержения. Основания отказа в опровержении.
35. Право на ответ и его реализация.
36. Права журналиста.
37. Аккредитация.
38. Обязанности журналиста.
39. Правовые основы использования скрытой записи.
40. Недопустимость злоупотребления правами журналиста.
41. Специальный статус журналиста.
42. Межгосударственное сотрудничество в области массовой информации.
43. Распространение зарубежной информации.
44. Статус зарубежных корреспондентов.
45. Ответственность за нарушение законодательства о средствах массовой информации. Освобождение от ответственности.
46. Ответственность за ущемление свободы массовой информации.
47. Ответственность за злоупотребление свободой массовой информации.
48. Авторские права и общественное достояние..
49. Возмещение морального вреда при злоупотреблении свободой массовой информации.
50. Правовое регулирование сети Интернет.
51. Ограничения на распространение материалов в средствах массовой информации: особенности российского законодательства.
52. Основные положения о неприкосновенности частной жизни в России.
53. Международный культурный обмен и его правовое регулирование.
54. Европейский суд по правам человека и свобода слова.
55. Аудиовизуальные произведения и их правовая охрана. Прокатное удостоверение.
56. Правовое регулирование социальных сетей и мультимедийных приложений.
57. Борьба с преступностью в сфере массовых коммуникаций.
58. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
59. Международная федерация журналистов и этические нормы в журналистике.
60. Правовое регулирование и деонтология связей с общественностью.

#### 6.4. Балльно-рейтинговая система

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнение учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Конкретные виды оцениваемой деятельности	Количество баллов за 1 факт (точку) контроля	Количество фактов (точек) контроля	Баллы (максимум)
<b>Обязательная аудиторная работа</b>			
Посещение практически занятий	4	4	16
Посещение лекций	8	2	16
<b>Обязательная самостоятельная работа</b>			
Контрольная работа (реферат)	9	1	9
Выступление с докладом	9	1	9
Выполнение тестовых заданий	20	1	20
<b>Дополнительная аудиторная и самостоятельная работа (премиальные баллы)</b>			
Подготовка научной или творческой работы по дисциплине	10	1	10
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

#### Система оценивания результатов обучения по дисциплине

Шкала по БРС	Отметка о зачете	Оценка за экзамен, зачет с оценкой
85 – 100	зачтено	отлично
70 – 84		хорошо
56 – 69		удовлетворительно
0 – 55	не зачтено	неудовлетворительно

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

### 7.1. Литература

1. Шанаурина, Ю.В. Правовое обеспечение социально-культурного сервиса и туризма. [Электронный ресурс] : Учебные пособия — Электрон. дан. — М. : ФЛИНТА, 2013. — 239с. Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института - по логину и паролю  
<http://ibooks.ru/reading.php?short=1&isbn=978-5-9765-1665-6>
2. Капустин, А.Я. Правовое обеспечение профессиональной деятельности [Текст] : учебное пособие для бакалавров : рекомендовано Мин.образования / ред. А. Я. Капустин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2015. - 382 с. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 380. - ISBN 978-5-9916-2776-4 - Режим доступа:  
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
3. Иванцов, П.П. Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов и аспирантов юридических и творческих направлений подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью / П. П. Иванцов, Г. В. Алексеев ; С.-Петербург. гос. ин-т кино и телев. - Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2017. - 209 с. - Электрон. версия печ. публикации . - Библиогр.: с. 207. - ISBN 978-5-94760-228-9 .- Режим доступа: по логину и паролю  
[http://books.gukit.ru/pdf/2017/Uchebnaja%20literatura/Ivancov\\_Alekseev\\_Pravovoe\\_obespechenie\\_RDiSO\\_Ucheb\\_posobie\\_2017/Ivancov\\_Alekseev\\_Pravovoe\\_obespechenie\\_RDiSO\\_Ucheb\\_posobie\\_2017.pdf](http://books.gukit.ru/pdf/2017/Uchebnaja%20literatura/Ivancov_Alekseev_Pravovoe_obespechenie_RDiSO_Ucheb_posobie_2017/Ivancov_Alekseev_Pravovoe_obespechenie_RDiSO_Ucheb_posobie_2017.pdf)

### 7.2. Интернет-ресурсы

1. Интернет портал правительства РФ - Режим доступа: <http://government.ru/>
2. Официальный портал Администрации Санкт-Петербурга- Режим доступа: <http://www.gov.spb.ru/>

### 7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Microsoft Office

### 7.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>

Справочная правовая система КонсультантПлюс.

Электронная библиотечная система «Айбукс-ру». <http://ibooks.ru>

### 7.5. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория	Рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером и мультимедийным проектором. Рабочие места обучающихся. Доска (интерактивная доска) и/или экран.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Рабочие места обучающихся оборудованные компьютерами с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

## **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний, умений и навыков, которыми надо будет овладеть по дисциплине, в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и в установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Студент для получения зачета по данной дисциплине должен:

- присутствовать на лекционных и практических занятиях;
- выполнить контрольную работу;
- подготовить и выступить с докладом;
- написать контрольные тесты на максимальные баллы;
- ответить на поставленные вопросы на зачете с оценкой.