**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Правовое регулирование в PR и рекламе»**

|  |  |
| --- | --- |
| Цели освоения дисциплины | Создание условий для освоения необходимого объема знаний, формирование знаний, умений и навыков, которые могут применяться в будущей профессиональной деятельности |
| Место дисциплины в учебном плане и трудоемкость в зачетных единицах | Учебная дисциплина «Правовое регулирование в PR и рекламе» относится к базовой части блока Б1, является обязательной для изучения и обеспечивает правовую подготовку бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».  Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы, 72 часа, из которых 28 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (12 часов – занятия лекционного типа, 16 часов – занятия семинарского типа), 44 часов составляет самостоятельная работа обучающегося, в т.ч. зачет. |
| Формируемые компетенции | * владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2); * демонстрация социально ответственного поведения посредством соблюдения правовых норм профессиональной онлайн деятельности (СПК-8). |
| Знания, умения и навыки, формируемые в результате освоения дисциплины | В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен:  знать:  -основы российского законодательства, международных актов регулирующих PR-деятельность и рекламную деятельность;  -основные понятия и категории в сфере PR-деятельности и рекламы;  -общие и специальные требования к PR-деятельности и рекламе;  - основные критерии определения ненадлежащей и недобросовестной рекламы;  -основания и порядок применения юридической ответственности за правонарушения в сфере PR-деятельности и рекламы;  -направления и содержание государственного контроля и саморегулирования в сфере PR-деятельности и рекламы.  уметь:  -анализировать содержание нормативных актов в сфере PR-деятельности и рекламы, практику их применения;  -применять законодательство, регулирующее PR-деятельность и рекламную деятельность для решения задач в сфере будущей профессиональной деятельности.  владеть:  -навыками пользования правовыми информационными системами и доступными информационными ресурсами сети Интернет для развития знаний в сфере правового регулирования PR-деятельности и рекламной деятельности;  -приемами и способами предупреждения правонарушений законодательства в сфере PR-деятельности и рекламы. |
| Содержание дисциплины | 1.Законодательство о PR и рекламе.  2.Субъекты PR-деятельности и рекламной деятельности.  3.Правовые аспекты организации PR-деятельности и рекламной деятельности в России.  4.Виды рекламы.  5. Правовые стандарты рекламы.  6. Авторские права и реклама.  7.Политический PR и политическая реклама.  8.Государственное регулирование и ответственность в сфере PR и рекламы. |
| Виды учебной работы | Лекции, консультации, практические и семинарские занятия, самостоятельная работа. |
| Характеристика образовательных технологий, информационных, программных и иных средств обучения, с указанием доли аудиторных занятий, проводимых в интерактивных формах | Лекции и практические занятия с элементами дискуссии; подготовка докладов.  Интернет-ресурсы:<http://law.edu.ru/>; http://yurpsy.fatal.ru/ ; <http://www.jurpsy.ru/>;<http://www.juristlib.ru/>; <http://www.tarasei.narod.ru/uchfjurp.html>; <http://planetaprava.ru/encyclopaedia/folder-books/folder>; http://window.edu.ru/catalog/resources;  http://www.edu.ru/ – Российское образование: федеральный образовательный портал.; www.legal.ru – сервер для юристов; www.lawlibrary.ru – электронная библиотека Спарк; www.elibrary.ru– научная электронная библиотека.  <http://www.un.org>; <http://www.mid.ru>; <http://www.icj-cij.org>; <http://www.unhchr.ch>; http://www.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil  Доля аудиторных занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 30%. |
| Формы текущего контроля успеваемости студентов | Устный опрос, дискуссия, доклады. |
| Виды и формы промежуточной аттестации | Зачет |