

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.09.2023 14:53:00
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf706379d98ec1c5bb2f5eb89c29abfd7543985447



Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

УТВЕРЖДЕНО:
Декан факультета журналистики
_____/Ю.В. Шуйская/
«22» июня 2023 г

Рабочая программа дисциплины

Правовые основы рекламы и связей с общественностью

Укрупненная группа специальностей 42.00.00

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(уровень бакалавриата)

Направленность/профиль:

«PR технологии и цифровые коммуникации»

Формы обучения: очная, заочная

Москва

Рабочая программа учебной дисциплины «Правовые основы рекламы и связей с общественностью». Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «PR технологии и цифровые коммуникации» / сост. к.ф.н. Цицинов А. Ю.– М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 41 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

Разработчик:

к.ф.н. Цицинов А. Ю.

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук, Грабельников А.А.

(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «20» июня 2023 г., протокол № 9.

Заведующий кафедрой _____ /д.ф.н. Ю.В. Шуйская/
(подпись)

Согласовано от Библиотеки _____ /О.Е. Стёпкина/
(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Правовые основы рекламы и связей с общественностью» является раскрытие сущности и роли законодательства о средствах массовой информации как совокупности норм, регулирующих общественные отношения, возникающие в связи с созданием, распространением и использованием материалов средств массовой информации. К **задачам** изучения дисциплины относится усвоение норм, регламентирующих профессиональную деятельность СМИ и специалистов в сфере рекламы и PR, формирование у обучающихся профессиональной правовой культуры, расширение их правовых знаний, выработка умений применять знания на практике.

РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Компетентностная карта дисциплины

Таблица 2.1.

Универсальные компетенции

Категория (группа) компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
Универсальные компетенции			
Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	<p>ИУК-2.1. Знает теоретические, правовые основы разработки и реализации проектов, методы определения оптимальных способов достижения поставленной цели проекта</p> <p>ИУК-2.2. Умеет разрабатывать и реализовывать проекты, умеет применять методы определения оптимальных способов достижения поставленной цели проекта; умеет определять зоны ответственности участников проекта</p> <p>ИУК-2.3. Владеет навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками осуществления мониторинга хода реализации проекта; навыками презентации обоснования (аргументации) идеи проекта, публичного представления результатов реализации проекта; владеет опытом практических действий в сфере планирования этапов реализации проекта, определения видов работ в сфере достижения задач проекта, владеет опытом действий в области командной проектной работы</p>
Гражданская позиция	УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к	ИУК-10.1. Знает действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией

		проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционного поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	цией, экстремизмом и терроризмом в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней ИУК-10.2. Умеет планировать, организовывать и проводить мероприятия, направленные на популяризацию правовой грамотности, формирование гражданской позиции, а также предотвращение коррупции, экстремизма и терроризма в обществе ИУК-10.3. Владеет навыками социального взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции, экстремизму и терроризму; построения оптимальной коммуникативной модели в рамках действующего правового поля
--	--	---	---

РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «Правовые основы рекламы и связей с общественностью» входит в состав формируемой участниками образовательных отношений части блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Эффективное ее освоение невозможно без определенной общеправовой подготовки на основе дисциплины «Правоведение». Дисциплина базируется на комплексе разносторонних знаний о функционировании PR, полученных обучающимися в процессе изучения других дисциплин.

Указанные связи и содержание дисциплины «Правовые основы рекламы и связей с общественностью» дают обучающемуся системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с ФГОС ВО, что обеспечивает соответственный теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения будущей деятельности бакалавра.

РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ (ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)

Таблица 4.1

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы на очной форме обучения

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского Типа				
			Лабораторные	Практические/ Семинарские			
8 семестр							
4	144	20		40		48	36

								Экза- мен
Всего по дисциплине								
4	144	20		40			48	36

Таблица 4.2

**Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы
на заочной форме обучения**

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа				
			Лабораторные	Практические/ семинарские			
9 семестр							
4	144	8		10		90	36 Экзамен
Всего по дисциплине							
4	144	8		10		90	36

Таблица 4.3

**Распределение учебной нагрузки по разделам дисциплины
на очной форме обучения**

Темы\ разделы(модули)	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.р.	Иная СР	Контроль	Всего часов
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа					
		Лаб.р	Прак. /сем.				
Тема 1. Возникновение и развитие права массовой информации в России	2		4		4		10

Тема 2. Свобода массовой информации	2		4			4		10
Тема 3. Учреждение рекламного или PR-агентства, регистрация и лицензирование	2		4			4		10
Тема 4. Правовое регулирование PR-кампаний, рекламных акций и связанных с ними мероприятий	2		4			2		8
Тема 5. Ущемление свободы массовой информации и злоупотребление ею	2		4			2		8
Тема 6. Защита чести, достоинства и деловой репутации	2		4			2		8
Тема 7. Избирательные кампании и деятельность в сфере связей с общественностью	2		4			2		8
Тема 8. Права и обязанности специалиста в сфере рекламы и PR. Злоупотребление правами	1		2			2		5
Тема 9. Охрана интеллектуальной собственности	1		2			6		9

сти в сфере массовой информации								
Тема 10. Интернет и его правовое регулирование	1		2			4		7
Тема 11 Международное гуманитарное право: источники и содержание	1		2			4		7
Тема 12. Соблюдение международного гуманитарного права	1		2			6		9
Тема 13. Международное гуманитарное право в деятельности российских государственных органов и СМИ	1		2			6		9
Зачет с оценкой							36	36
Всего часов	20		40			48	36	144

Таблица 4.4

**Распределение учебной нагрузки по разделам дисциплины
на заочной форме обучения**

Темы\ разделы(модули)	Контактная работа				Часы СР на подготовку кур.р.	Иная СР	Контроль	Всего часов
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		Контактная работа по кур.р.				
		Лаб.р	Прак.					
			/сем.					
Тема 1. Возникновение и развитие права массовой информации в России	1		0			7		8

Тема 2. Свобода массовой информации	0		1			7		8
Тема 3. Учреждение рекламного или PR-агентства, регистрация и лицензирование	0		1			7		8
Тема 4. Правовое регулирование PR-кампаний, рекламных акций и связанных с ними мероприятий	1		0			7		8
Тема 5. Ущемление свободы массовой информации и злоупотребление ею	1		1			7		9
Тема 6. Защита чести, достоинства и деловой репутации	1		1			7		9
Тема 7. Избирательные кампании и деятельность в сфере связей с общественностью	0					7		7
Тема 8. Права и обязанности специалиста в сфере рекламы и PR. Злоупотребление правами	1		1			7		9
Тема 9. Охрана интеллектуальной собственности в сфере массовой информации	1		1			7		9

Тема 10. Интернет и его правовое регулирование	0		0			7		7
Тема 11 Международное гуманитарное право: источники и содержание	1		1			7		9
Тема 12. Соблюдение международного гуманитарного права	1		1			7		9
Тема 13. Международное гуманитарное право в деятельности российских государственных органов и СМИ	0		2			6		8
Зачет с оценкой							36	36
Всего часов	8		10			90	36	144

Таблица 4.5

Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Тема 1. Возникновение и развитие права массовой информации в России	<p>Законодательство о временной печати и о цензуре в Российской Империи. Первый демократический проект закона о печати (1906 г.).</p> <p>Декрет СНК о печати 1917 г. Партийное руководство как замена правового регулирования. Первые попытки создания закона о печати.</p> <p>Закон СССР «О печати и других средствах массовой информации» от 12 июня 1990 г., его основные положения и структура. История создания закона. Инициативный авторский проект Ю.М. Батурина, М.А. Федотова и В.Л. Энтина. Практика применения Закона СССР о печати. Источники права СМИ.</p> <p>Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. его основные положения и структура. Значение Закона о СМИ для сохранения и углубления свободы массовой информации в России.</p> <p>Место и роль законодательства о СМИ в общей системе информационного законодательства. Тенденции развития российского законодательства о СМИ.</p>

		<p>Структурообразующий характер Закона о СМИ. Изменение и дополнение Закона о СМИ. Перспективы реформирования Закона о СМИ.</p> <p>Пробельность и избыточность в законодательстве о СМИ.</p> <p>Региональное законодательство о СМИ. Проблемы разграничения полномочий в сфере массовой информации между федеральными и местными органами власти.</p>
2	Тема 2. Свобода массовой информации	<p>Понятие свободы массовой информации. Правовое содержание свободы массовой информации. Составляющие свободы массовой информации.</p> <p>Конституционные гарантии свободы массовой информации. Содержание правовых гарантий. Неотделимость свободы массовой информации от права на свободу информации. Федеральный закон « Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления».</p> <p>Международно-правовое регулирование свободы массовой информации. Документы ООН, ЮНЕСКО, Совета Европы и других международных организаций по вопросам обеспечения права на информацию и свободы массовой информации. Международные правозащитные механизмы и их роль в обеспечении свободы массовой информации.</p> <p>Независимость судебной власти как гарантия свободы массовой информации. Роль Европейского Суда по правам человека в обеспечении свободы массовой информации в странах – членах Совета Европы.</p> <p>Ограничение свободы массовой информации.</p> <p>Информационная безопасность.</p>
3	Тема 3. Учреждение рекламного или PR-агентства, регистрация и лицензирование	<p>Особенности процедуры учреждения рекламного или PR-агентства. Статус учредителя. Права и обязанности учредителя, порядок их передачи другим лицам. Учредительный договор. Соучредительство. Регулирование отношений между соучредителями. Практика разрешения конфликтов между соучредителями.</p> <p>Процедура регистрации.</p> <p>Институт лицензирования в сфере массовой информации.</p>
4	Тема 4. Правовое регулирование PR-кампаний, рекламных акций и связанных с ними мероприятий	<p>Правоотношения между учредителем и работниками рекламного и PR-агентства.</p> <p>Статус агентства. Устав, его содержание.</p> <p>Правовые особенности трудовых отношений в трудовых коллективах.</p> <p>Понятие профессиональной самостоятельности организации в сфере рекламы и PR. Пути и средства обеспечения редакционной самостоятельности.</p> <p>Права и обязанности.</p> <p>Доступ к информации.</p> <p>Запрос информации, его виды и порядок работы с ним. Основания для отказа и отсрочки в предоставлении информации. Порядок обжалования отказа и отсрочки.</p> <p>Ограничение доступа к информации. Виды специально охраняемых законом тайн.</p> <p>Институт аккредитации.</p>

5	Тема 5. Ущемление свободы массовой информации и злоупотребление ею	<p>Понятие ущемление свободы массовой информации. Цензура массовой информации. Правовые гарантии конституционного запрета цензуры.</p> <p>Статья 58 Закона о СМИ и статья 61 Гражданского кодекса РФ о ликвидации субъектов цензуры, если токовые обнаружатся. Самоцензура.</p> <p>Противоправное ущемление свободы массовой информации. Виды ответственности за ущемление свободы массовой информации.</p> <p>Понятие злоупотребления свободой массовой информации. Виды злоупотреблений.</p> <p>Ответственность за злоупотребление свободой массовой информации. Виды ответственности. Кумулятивный принцип в институте ответственности.</p> <p>Приостановление деятельности СМИ, условия приостановления. Прекращение деятельности СМИ и основания для него.</p>
6	Тема 6. Защита чести, достоинства и деловой репутации	<p>Распространение порочащих человека сведений. Право на опровержение и ответ. Компенсация морального вреда. Понятия чести, достоинства, деловой репутации. Специфика рассмотрения в судах гражданских исков о защите чести и достоинства. Клевета, оскорбление.</p>
7	Тема 7. Избирательные кампании и деятельность в сфере связей с общественностью	<p>Роль и основные функции PR-агентств в проведении предвыборных кампаний. Принцип равных прав доступа к СМИ участников избирательного процесса. Основные положения Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». Понятие и виды предвыборной агитации. Условия проведения агитации через СМИ. Сроки проведения агитации. Гласность в деятельности избирательных комиссий. Опубликование итогов голосования. Роль федеральных законов о референдуме, о выборах депутатов Государственной думы и Президента РФ в определении порядка ведения предвыборных кампаний в СМИ. Порядок использования данных социологических опросов. Организация контроля за соблюдением избирательного законодательства. Роль Центральной избирательной комиссии, судов.</p>
8	Тема 8. Права и обязанности специалиста в сфере рекламы и PR. Злоупотребление правами	<p>Правовой статус специалиста в сфере рекламы и PR в системе права массовой информации.</p> <p>Специалист в сфере рекламы и PR как субъект информационных правоотношений. Правовое состояние специалиста в сфере рекламы и PR.</p> <p>Основные права и обязанности специалиста в сфере рекламы и PR: понятие, особенности, классификация.</p> <p>Уголовная ответственность за воспрепятствование законной профессиональной деятельности специалиста в сфере рекламы и PR.</p> <p>Особенности правового статуса иностранных рекламных и PR-агентов. Межгосударственное сотрудничество в области массовой информации.</p> <p>Правовые и профессионально-этические аспекты свободы и ответственности специалиста в сфере рекламы и PR. Правовая культура</p>

		специалиста в сфере рекламы и PR. Механизмы саморегуляции в системе общественных институтов журналистского сообщества. Основные формы злоупотребления правами в области PR. Ответственность за злоупотребление правами в области PR.
9	Тема 9. Охрана интеллектуальной собственности в сфере массовой информации	<p>Имущественные (материальные) и неимущественные (нематериальные, моральные) права авторов.</p> <p>Субъекты и объекты авторского права. Право использования произведения. Авторский договор. Знак охраны авторского права и его правовое значение. Сроки действия авторского права. Смежные права.</p> <p>Авторское право в сфере массовой информации. Соотношение понятий «информация» и «произведение». Право на цитирование. Сообщения, тексты, решения, законы, не являющиеся объектами авторских прав.</p> <p>Допустимость свободного использования произведений без согласия автора: в личных целях, в информационных, критических, полемических, в учебных, научных.</p> <p>Роль государства в охране интеллектуальной собственности. «Пиратство» и плагиат в области интеллектуальной собственности и международная борьба с ними. Международные конвенции об авторском праве.</p>
10	Тема 10. Интернет и его правовое регулирование	<p>Интернет и средства массовой информации: общее и отличное. Основные характеристики интернет-СМИ.</p> <p>Регистрация сетевого издания. Процедура регистрации. «Плюсы» и «минусы» регистрации.</p> <p>Основные направления государственной политики в области интернет-СМИ и противодействие экстремизму.</p> <p>Регулирование интернет-вещания.</p> <p>Защита прав несовершеннолетних и общественной морали в Интернете.</p> <p>Нарушение авторского права в Интернете.</p> <p>Нарушение права на честь и достоинство и тайны личной жизни в интернет-комментариях.</p>
11	Тема 11 Международное гуманитарное право: источники и содержание	<p>Определение понятия «международное гуманитарное право».</p> <p>Субъекты и источники международного гуманитарного права (виды и их характеристика). Гуманитарное право – одна из основ деятельности государства.</p> <p>Главные источники международного гуманитарного права.</p> <p>Основное содержание Женевских конвенций о международном гуманитарном праве, их отображение в последующих протоколах и документах.</p> <p>Международное гуманитарное право в документах ООН, ЮНЕСКО, ОБСЕ (Хельсинкском Заключительном акте, Мадридском и Венском Итоговых документах, Лондонского информационного форума, конференций по человеческому измерению), Совета Европы (декларации, конвенции, резолюции ПАСЕ и Комитета министров, Европейских совещаний по решению информационных проблем и т. д.), других международных организаций в части, касающейся деятельности государств-членов, их средств массовой информации и журналистов в условиях военных действий.</p>

		Международно-правовая защита раненых, военнопленных, лиц, терпящих бедствие на море. Комбатанты и некомбатанты: отличие в правовом статусе и мерах защиты. Интернированные. Защита гражданского населения в период вооруженных конфликтов. Защита населения оккупированной территории и беженцев.
12	Тема 12. Соблюдение международного гуманитарного права	Система международных органов по защите прав человека. Их компетенция по защите прав человека в период вооруженных конфликтов. Вопросы международного гуманитарного права в деятельности Организации Объединенных Наций, ее органов и специализированных учреждений. Роль неправительственных объединений в защите прав человека в период вооруженных конфликтов. Значение создания Международного комитета Красного Креста. Деятельность движения Красного Креста на мировой арене, его основополагающие принципы: гуманность, беспристрастность, нейтральность, независимость, добровольность, единство, универсальность. Красный Крест в России. Коллективная и индивидуальная ответственность за нарушение норм международного гуманитарного права. Деятельность международного трибунала по военным преступлениям.
13	Тема 13. Международное гуманитарное право в деятельности российских государственных органов и СМИ	Правовые нормы, общие рекомендации для деятельности властных структур, средств массовой информации и журналистов, отраженные в нормах международного гуманитарного права. Права и обязанности властных структур, их институтов, уполномоченных, пресс-секретарей и т. п., ответственных за работу со средствами массовой информации. Деятельность госструктур, общественных организаций, средств массовой информации по исполнению предписаний международного гуманитарного права. Слабость российской законодательной базы по выполнению некоторых условий международного гуманитарного права. Незнание международных правовых норм и норм международного гуманитарного права в частности – одна из причин возникновения кризисных ситуаций в работе специалистов в сфере рекламы и PR.

ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА для очной формы обучения

Семинарские занятия

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: при подготовке к семинарскому занятию рекомендуется обучающимся предварительно ознакомиться с главами из учебного материала, предложенные преподавателем, а также самостоятельно осуществить поиск полезных, актуальных и интересных материалов для семинара.

Тема № 1. Возникновение и развитие права массовой информации в России

1. Обсуждение эссе «Закон СССР “О печати и других средствах массовой информации” – отправная точка становления и развития российского законодательства о СМИ».

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 2. Свобода массовой информации

1. Дискуссия на тему «Внешние и внутренние источники угроз информационной безопасности РФ».

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 3. Учреждение рекламного или PR-агентства, регистрация и лицензирование Обсуждение эссе «Стадии обретения правового состояния организации».

1. Выполнение задания № 1 из практикума.

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 4. Правовое регулирование PR-кампаний, рекламных акций и связанных с ними мероприятий

Наполнить схему алгоритма получения аккредитации для проведения мероприятия в рамках рекламной акции или PR-кампании.

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 5. Ущемление свободы массовой информации и злоупотребление ею

1. Дискуссия на тему: «От кого может исходить ущемление свободы массовой информации и в каких видах оно может осуществляться».
2. Раскрыть содержание каждого из трех видов злоупотреблений свободой массовой информации.

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 6. Защита чести, достоинства и деловой репутации

1. Дискуссия на тему: «Посягательство на общественную нравственность и ненормативная лексика в СМИ».
2. Раскрытие и обсуждение понятий (терминов), используемых журналистами и СМИ (соответствующие теме): 1. Честь. 2. Достоинство. 3. Деловая репутация. 4. Моральный вред. 5. Клевета. 6. Оскорбление. 7. Неприкосновенность частной жизни.

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 7. Избирательные кампании и деятельность в сфере связей с общественностью Круглый стол: обсуждение эссе «PR участников избирательного процесса».

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 8. Права и обязанности специалиста в сфере рекламы и PR. Злоупотребление правами

Круглый стол: обсуждение эссе «Особенности правовой культуры журналиста».

1. Выполнение задания № 3 из практикума.

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 9. Охрана интеллектуальной собственности в сфере массовой информации

1. Круглый стол: обсуждение эссе «Пиратство и плагиат в области интеллектуальной собственности и борьба с ними».

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 10. Интернет и его правовое регулирование

1. Дискуссия на тему: «Защита прав несовершеннолетних и общественной морали в Интернете».
2. Выполнение задания № 4.

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 11. Международное гуманитарное право: источники и содержание

1. Круглый стол: обсуждение эссе «Меры по соблюдению международного гуманитарного права».

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 12. Соблюдение международного гуманитарного права.

1. Круглый стол: обсуждение эссе «Реклама и связи с общественностью в сфере действия международного гуманитарного права».

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 13. Международное гуманитарное право в деятельности российских государственных органов и СМИ

1. Дискуссия на тему: «Международное гуманитарное право: взаимоотношения “власть – СМИ – специалисты в сфере рекламы и PR”».

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

для заочной формы обучения

Семинарские занятия

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: при подготовке к семинарскому занятию рекомендуется обучающимся предварительно ознакомиться с главами из учебного материала, предложенные преподавателем, а также самостоятельно осуществить поиск полезных, актуальных и интересных материалов для семинара.

Тема № 2. Свобода массовой информации

2. Дискуссия на тему «Внешние и внутренние источники угроз информационной безопасности РФ».

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 3. Учреждение рекламного или PR-агентства, регистрация и лицензирование
Обсуждение эссе «Стадии обретения правового состояния организации».

2. Выполнение задания № 1 из практикума.

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 5. Ущемление свободы массовой информации и злоупотребление ею

3. Дискуссия на тему: «От кого может исходить ущемление свободы массовой информации и в каких видах оно может осуществляться».
4. Раскрыть содержание каждого из трех видов злоупотреблений свободой массовой информации.

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 6. Защита чести, достоинства и деловой репутации

3. Дискуссия на тему: «Посягательство на общественную нравственность и ненормативная лексика в СМИ».
4. Раскрытие и обсуждение понятий (терминов), используемых журналистами и СМИ (соответствующие теме): 1. Честь. 2. Достоинство. 3. Деловая репутация. 4. Моральный вред. 5. Клевета. 6. Оскорбление. 7. Неприкосновенность частной жизни.

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 8. Права и обязанности специалиста в сфере рекламы и PR. Злоупотребление правами

Круглый стол: обсуждение эссе «Особенности правовой культуры журналиста».

2. Выполнение задания № 3 из практикума.

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 9. Охрана интеллектуальной собственности в сфере массовой информации

2. Круглый стол: обсуждение эссе «Пиратство и плагиат в области интеллектуальной собственности и борьба с ними».

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 11. Международное гуманитарное право: источники и содержание

2. Круглый стол: обсуждение эссе «Меры по соблюдению международного гуманитарного права».

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Тема № 12. Соблюдение международного гуманитарного права.

2. Круглый стол: обсуждение эссе «Реклама и связи с общественностью в сфере действия международного гуманитарного права».

Литература:

Основная:

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

Дополнительная:

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

РАЗДЕЛ 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО в целях реализации компетентностного подхода в учебном процессе дисциплины «Правовые основы журналистики» предусматривается широкое использование активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой. Обсуждение вопросов, выносимых на семинарские занятия, происходит как в традиционной форме контроля текущих знаний, так и в форме дискуссий, сориентированных на творческое осмысление обучающимися наиболее сложных проблем в ходе освоения ими содержания и особенностей текущего российского законодательства, регулирующего правовые отношения в сфере деятельности СМИ.

**Интерактивные образовательные технологии,
используемые на аудиторных практических занятиях**

Таблица 5.1

Очная форма обучения

Наименование тем	Используемые образовательные технологии	Часы
Тема 1. Возникновение и развитие права массовой информации в России	Семинарское занятие – обсуждение эссе «Закон СССР “О печати и других средствах массовой информации” – отправная точка становления и развития российского законодательства о СМИ».	2
Тема 2. Свобода массовой информации	Семинарское занятие – дискуссия на тему «Внешние и внутренние источники угроз информационной безопасности РФ».	2

Тема 3. Учреждение рекламного или PR-агентства, регистрация и лицензирование	Семинарское занятие – обсуждение эссе «Стадии обретения правового состояния средства массовой информации». Выполнение задания №1.	2
Тема 4. Правовое регулирование PR-кампаний, рекламных акций и связанных с ними мероприятий	Семинарское занятие – практикум. 1. Наполнить схему алгоритма получения разрешений на проведение мероприятий в рамках рекламной или PR-кампании. 2. Взаимодействие с журналистами в рамках PR-кампании. 3. Составить перечень охраняемых законом тайн. 4. Руководитель коммерческой фирмы никак не среагировал на запрос информации, сделанный редакцией газеты в письменной форме. Нарушил ли бизнесмен Закон «О СМИ»?	2
Тема 5. Ущемление свободы массовой информации и злоупотребление ею	Семинарское занятие – дискуссия на тему: «От кого может исходить ущемление свободы массовой информации и в каких видах оно может осуществляться». Задание. Раскрыть содержание каждого из трех видов злоупотреблений свободой массовой информации.	2
Тема 6. Защита чести, достоинства и деловой репутации	Семинарское занятие – дискуссия на тему: «Посыгательство на общественную нравственность и ненормативная лексика в СМИ». Раскрытие и обсуждение понятий (терминов): 1. Честь. 2. Достоинство. 3. Деловая репутация. 4. Моральный вред. 5.Клевета. 6.Оскорбление. 7.Неприкосновенность частной жизни.	2
Тема 7. Избирательные кампании и деятельность в сфере связей с общественностью	Семинарское занятие – круглый стол: обсуждение эссе «PR участников избирательного процесса». Выполнение задания №2.	2
Тема 8. Права и обязанности специалиста в сфере рекламы и PR. Злоупотребление правами	Семинарское занятие – круглый стол: обсуждение эссе «Особенности правовой культуры в рекламе и связях с общественностью». Выполнение задания №3.	2
Тема 9. Охрана интеллектуальной собственности в сфере массовой информации	Семинарское занятие – круглый стол: обсуждение эссе «Пиратство и плагиат в области интеллектуальной собственности и борьба с ними».	2
Тема 10. Интернет и его правовое регулирование	Семинарское занятие – дискуссия на тему: «Защита прав несовершеннолетних и общественной морали в Интернете». Выполнение задания №4.	2
Тема 11 Международное гуманитарное право: источники и содержание	Семинарское занятие – круглый стол: обсуждение эссе «Меры по соблюдению международного гуманитарного права».	2
Тема 12. Соблюдение международного гуманитарного права	Семинарское занятие – круглый стол: обсуждение эссе «Реклама и связи с общественностью в сфере действия международного гуманитарного права».	2

Тема 13. Международное гуманитарное право в деятельности российских государственных органов и СМИ	Семинарское занятие – дискуссия на тему: «Международное гуманитарное право: взаимоотношения “власть – СМИ – специалисты в сфере рекламы и PR”».	2
---	---	---

Таблица 5.2

Заочная форма обучения

Наименование тем	Используемые образовательные технологии	Часы
Тема 1. Возникновение и развитие права массовой информации в России	Семинарское занятие – обсуждение эссе «Закон СССР “О печати и других средствах массовой информации” – отправная точка становления и развития российского законодательства о СМИ».	1
Тема 2. Свобода массовой информации	Семинарское занятие – дискуссия на тему «Внешние и внутренние источники угроз информационной безопасности РФ».	1
Тема 3. Учреждение рекламного или PR-агентства, регистрация и лицензирование	Семинарское занятие – обсуждение эссе «Стадии обретения правового состояния средства массовой информации». Выполнение задания №1.	1
Тема 4. Правовое регулирование PR-кампаний, рекламных акций и связанных с ними мероприятий	Семинарское занятие – практикум. 1. Наполнить схему алгоритма получения разрешений на проведение мероприятий в рамках рекламной или PR-кампании. 2. Взаимодействие с журналистами в рамках PR-кампании. 3. Составить перечень охраняемых законом тайн. 4. Руководитель коммерческой фирмы никак не среагировал на запрос информации, сделанный редакцией газеты в письменной форме. Нарушил ли бизнесмен Закон «О СМИ»?	1
Тема 5. Ущемление свободы массовой информации и злоупотребление ею	Семинарское занятие – дискуссия на тему: «От кого может исходить ущемление свободы массовой информации и в каких видах оно может осуществляться». Задание. Раскрыть содержание каждого из трех видов злоупотреблений свободой массовой информации.	1
Тема 6. Защита чести, достоинства и деловой репутации	Семинарское занятие – дискуссия на тему: «Посыгательство на общественную нравственность и ненормативная лексика в СМИ». Раскрытие и обсуждение понятий (терминов): 1. Честь. 2. Достоинство. 3. Деловая репутация. 4. Моральный вред. 5.Клевета. 6.Оскорбление. 7.Неприкосновенность частной жизни.	1
Тема 7. Избирательные кампании и деятельность в сфере связей с общественностью	Семинарское занятие – круглый стол: обсуждение эссе «PR участников избирательного процесса». Выполнение задания №2.	1

Тема 8. Права и обязанности специалиста в сфере рекламы и PR. Злоупотребление правами	Семинарское занятие – круглый стол: обсуждение эссе «Особенности правовой культуры в рекламе и связях с общественностью». Выполнение задания №3.	1
Тема 9. Охрана интеллектуальной собственности в сфере массовой информации	Семинарское занятие – круглый стол: обсуждение эссе «Пиратство и плагиат в области интеллектуальной собственности и борьба с ними».	1
Тема 10. Интернет и его правовое регулирование	Семинарское занятие – дискуссия на тему: «Защита прав несовершеннолетних и общественной морали в Интернете». Выполнение задания №4.	1
Тема 11 Международное гуманитарное право: источники и содержание	Семинарское занятие – круглый стол: обсуждение эссе «Меры по соблюдению международного гуманитарного права».	1
Тема 12. Соблюдение международного гуманитарного права	Семинарское занятие – круглый стол: обсуждение эссе «Реклама и связи с общественностью в сфере действия международного гуманитарного права».	1
Тема 13. Международное гуманитарное право в деятельности российских государственных органов и СМИ	Семинарское занятие – дискуссия на тему: «Международное гуманитарное право: взаимоотношения “власть – СМИ – специалисты в сфере рекламы и PR”».	1

ПРАКТИКУМ

1. Закон есть закон.

1. Каковы тайны, охраняемые законом?

К тайнам, охраняемым законом, относятся:

а) государственные секреты, включающие в себя *государственную тайну* (ст. 29 Конституции РФ, Закон «О государственной тайне», ст. 283-284 УК РФ), *служебную информацию* («Положение о порядке обращения со служебной информацией ограниченного распространения в федеральных органах исполнительной власти» — Постановление Совета Министров РФ № 1233 от 3 ноября 1994 г.);

б) информация, отражающая различные аспекты общественной жизни: *коммерческая тайна* (ст. 139 ГК, ст. 183 УК); *конфиденциальные данные* (ст. 727, 771 ГК); *таможенная тайна* (ст. 16 Таможенного кодекса РФ); *конфиденциальная информация* (ст. 41 Закона «О средствах массовой информации»);

в) *тайна частной жизни* лица (ст. 23 Конституции РФ, ст. 137 УК — неприкосновенность частной жизни): *банковская тайна, тайна вкладов* (ст. 26 Закона «О банках и банковской деятельности», ст. 857 ГК, ст. 183 УК); *врачебная (медицинская) тайна* (ст. 61 ч. 3, ст. 35 Основ законодательства РФ «Об охране здоровья граждан»; ст. 9 Закона «О психиатрической помощи и гарантиях прав граждан при ее оказании», ст. 14 Закона «О трансплантации органов и (или) тканей человека», ст. 137 УК РФ); *тайна предварительного следствия* (ст. 139 УПК, ст. 310 УК); *нотариальная тайна* (ст. 16 ч. 2 Основ законодательства «О нотариате», ст. 137 УК); *тайна усыновления* (ст. 139 Семейного кодекса, ст. 155 УК); *личная или семейная тайна* (ст. 137 УК); *тайна страхования* (ст. 946 ГК, ст. 137 УК); *адвокатская тайна* (ст. 51 ч. 7 УПК, ст. 7 Закона об адвокатуре, ст. 137 УК); *тайна переписки, телеграфных сообщений, телефонных разговоров* (ст. 23 Конституция РФ, ст. 138 УК); *тайна брака* (ст. 12 Закона «О ЗАГС»); *сведения о мерах безопасности судей, должностных лиц правоохранительных и контролирующих органов* (ст. 311, 320 УК).

2. В рамках PR-кампании использовались сведения, которые не соответствуют действительности и касаются третьего лица, которое не является участником кампании. Если человек обратится в суд, может ли он проиграть дело?

— *Может, но только в том случае, если суд установит, что материалы не унизили честь и достоинство человека или не причинили урон его деловой репутации (это вытекает из положений ст. 150 и 152 ГК, а также ст. 43 Закона «О средствах массовой информации»).*

3. Какие статьи нового Уголовного Кодекса Российской Федерации могут быть нарушены в процессе массово-информационной деятельности?

— *К таким статьям относятся: 129 (клевета), 130 (оскорбление), 136 (нарушение равноправия граждан), 137 (нарушение неприкосновенности частной жизни), 138 (нарушение тайны переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных или иных сообщений), 140 (отказ в предоставлении гражданину информации), 144 (воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналистов), 146 (нарушение авторских и смежных прав), 147 (нарушение изобретательских, патентных прав), 155 (разглашение тайны усыновления), 182 (заведомо ложная реклама), 183 (незаконное получение и разглашение сведений, составляющих коммерческую или банковскую тайну), 207 (заведомо ложное сообщение об акте терроризма), 213 (хулиганство — по этой статье в 1996 г. обвинялась редакция «Собеседника», опубликовавшая примеры ненормативной лексики), 241 (организация или содержание притонов для занятия проституцией — крохотное объявление в Санкт-Петербургской газете «Реклама-шанс» послужило поводом для возбуждения уголовного дела по этой статье), 242 (незаконное распространение порнографических материалов или предметов), 280 (публичные призывы к насильственному изменению конституционного строя Российской Федерации), 282 (возбуждение национальной, расовой или религиозной вражды), 283 (разглашение государственной тайны), 308 (отказ свидетеля или потерпевшего отдачи показаний), 310 (разглашение данных предварительного расследования), 311 (разглашение сведений о мерах безопасности, применяемых в отношении судьи и участников уголовного процесса), 320 (разглашение сведений о мерах безопасности, применяемых в отношении должностного лица правоохранительного или контролирующего органа). Уголовные дела по отдельным статьям (к примеру, по ст. 241) возбуждаются в связке со статьей 30 (приготовление к преступлению и покушение на преступление), в уголовных делах по статьям 140, 144 обвиняемыми являются должностные лица — не журналисты[^].*

4. В соответствии со ст. 62 Закона «О средствах массовой информации» гражданин обратился в суд с требованием выплаты компенсации и публикации опровержения сведений, содержащихся в рекламном сообщении, опубликованном в ноябре 1991 г., поскольку защита чести и достоинства срока давности не имеет. Выиграет ли гражданин судебное дело?

— *Нет, так как Закон «О средствах массовой информации» введен в действие 28 декабря 1991 г., а акты гражданского законодательства, согласно ст. 4 ПС, обратной силы не имеют.*

5. По материалам рекламного сообщения прокуратура возбудила уголовное дело, так как отраженная в нем информация о продукте оказалась ложной. Какие меры будут приняты к создателю сообщения?

— *Никаких. Законодательством не предусмотрена конкретная ответственность за ложную информацию. В ст. 51 Закона «О средствах массовой информации» речь идет лишь о недопущении использования прав журналиста в целях фальсификации общественно значимых сведений, но это требование не подтверждено УК и ГК.*

6. Руководитель коммерческой фирмы никак не среагировал на запрос информации, сделанный редакцией газеты в письменной форме. Нарушил ли бизнесмен Закон «О средствах массовой информации»?

— *Нет, не нарушил. Согласно ст. 39 Закона, редакция имеет право запрашивать информацию о деятельности только государственных органов и организаций, общественных объединений, их должностных лиц. Коммерческие организации и предприятия в статье не упоминаются.*

**РАЗДЕЛ 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Наряду с чтением лекций и проведением семинарских занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы обучающегося. Самостоятельная работа обучающихся включает: изучение рекомендованной литературы, законов Российской Федерации в области СМИ, оценку, обсуждение и рецензирование материалов журналов «Журналист», «Медиаскоп» и других; ответы на контрольные вопросы; выполнение заданий. Все виды самостоятельной работы увязываются с изучением конкретных тем.

Таблица 6.1

Самостоятельная работа

Наименование разделов/ тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
Тема 1. Возникновение и развитие права массовой информации в России	История принятия Закона о СМИ. Структура и содержание Закона о СМИ. Изменение и дополнение Закона о СМИ. Региональное законодательство. Источники права СМИ в РФ. Почему Закон о СМИ, принятый 19 декабря 1991 года, датируется 27 декабря 1991 года?
Тема 2. Свобода массовой информации	Свобода массовой информации – правовой принцип (презумпция – принцип). Содержание свободы массовой информации. Конституционное закрепление свободы массовой информации. Международные акты о СМИ. Независимый суд и правовые гарантии свободы массовой информации.
Тема 3. Учреждение рекламного или PR-агентства, регистрация и лицензирование	Кто и как учреждает рекламные и PR-агентства. Права и обязанности учредителя. Условия смены учредителя. Требования к содержанию заявления о регистрации организации. Процедура регистрации организации и ее правовая форма. Лицензия: условие выдачи и аннулирования.
Тема 4. Правовое регулирование PR-кампаний, рекламных акций и связанных с ними мероприятий	Учредительный договор и устав организации. Содержание Устава и процедура его принятия. Организационно-правовая форма редакции. Доступ к информации по запросу специалистов организации. Понятие согласования мероприятий, его виды и правила.

	Гласность судопроизводства: специалисты в сфере рекламы и PR в суде.
Тема 5. Ущемление свободы массовой информации и злоупотребление ею	<p>Цензура: понятие, содержание.</p> <p>Виды злоупотребления свободой массовой информации.</p> <p>Кумулятивный принцип в институте ответственности за злоупотребление свободой массовой информации.</p> <p>Условия приостановления и основания для прекращения деятельности рекламного или PR-агентства.</p> <p>Кто и как может приостановить, прекратить деятельность рекламного или PR-агентства.</p> <p>Возможные судебные кейсы со специалистами в сфере рекламы и PR.</p>
Тема 6. Защита чести, достоинства и деловой репутации	<p>Взаимосвязь чести и достоинства.</p> <p>Моральный вред: причины, по которым он может подлежать компенсации и не подлежит компенсации.</p> <p>Действия, за которые наступает ответственность за нарушение неприкосновенности частной жизни.</p> <p>Признаки действия, ведущие к оскорблению.</p> <p>Сведения, являющиеся клеветой.</p> <p>Содержание статьи 152 Гражданского кодекса.</p> <p>Отличие пределов допустимой критики политического деятеля от критики частного лица.</p> <p>Сведения в рекламных сообщениях: ложные, достоверные.</p>
Тема 7. Избирательные кампании и деятельность в сфере связей с общественностью	<p>Законодательные акты, которыми руководствуется специалист в области PR при работе в рамках избирательных кампаний.</p> <p>СМИ при освещении избирательных кампаний как канал, средство и инструмент и правильное взаимодействие с ним со стороны специалистов в области PR.</p> <p>Информационное обеспечение как одна из важнейших гарантий избирательных прав.</p>
Тема 8. Права и обязанности специалиста в сфере рекламы и PR. Злоупотребление правами	<p>Понятие специалиста в области рекламы и PR и его профессиональный статус.</p> <p>Производность статуса специалиста в области рекламы и PR от статуса СМИ.</p> <p>Права и обязанности специалиста в области рекламы и PR, связанные с получением информации.</p> <p>Права и обязанности специалиста в области рекламы и PR, связанные с распространением информации.</p>

	Права и обязанности специалиста в области рекламы и PR, связанные с производством и выпуском СМИ.
Тема 9. Охрана интеллектуальной собственности в сфере массовой информации	Права автора. Специфика авторских правоотношений в СМИ. Служебные произведения. Случаи свободного использования произведений. Право цитирования. Правовой статус внештатных авторов. Право использования фотографий (видеозаписей). Ответственность за нарушение авторских прав.
Тема 10. Интернет и его правовое регулирование	Черты, характеризующие интернет-СМИ. Качество, определяющее сайт как интернет-СМИ. Требования к заявителю о регистрации сетевого издания. Государственная политика в отношении содержания Интернета. Методы ограничения информации в Интернете. Информация, полностью запрещенная для распространения среди детей. Тенденции в судебной практике в отношении комментариев на форуме.
Тема 11 Международное гуманитарное право: источники и содержание	Особенности международного гуманитарного права. Основные правовые акты международного гуманитарного права. Роль ООН в защите прав человека в период вооруженных конфликтов. Международно-правовая защита отдельных категорий физических лиц.
Тема 12. Соблюдение международного гуманитарного права	Международный комитет Красного Креста. Деятельность движения Красного Креста на мировой арене и в России. Ответственность за нарушение международного гуманитарного права.
Тема 13. Международное гуманитарное право в деятельности российских государственных органов и СМИ	Международное гуманитарное право о правах и обязанностях властных структур, ответственных за работу со СМИ. Необходимость соблюдения специалистами в области рекламы и PR норм и рекомендаций международного гуманитарного права и национальных законов и правил. Плохое знание основ международного гуманитарного права и наказание за это.

6.1. Темы эссе¹

1. Закон СССР «О печати и других средствах массовой информации».
2. Внешние и внутренние источники угроз информационной безопасности РФ.
3. Стадии обретения правового состояния средства массовой информации.
4. От кого может исходить ущемление свободы массовой информации и в каких видах оно может осуществляться.
5. Посягательство на общественную нравственность и ненормативная лексика в СМИ.
6. Принципы равенства прав доступа к СМИ участников избирательного процесса.
7. Особенности правовой культуры специалиста в области рекламы и PR.
8. Пиратство и плагиат в области интеллектуальной собственности и борьба с ними.
9. Защита прав несовершеннолетних и общественной морали в Интернете.
10. Меры по соблюдению международного гуманитарного права.
11. Виды информации, распространение которой является уголовным преступлением.
12. Под знаменем плагиата: негативные черты в работе российских специалистов в области рекламы и PR.
13. Авторское право на фотографии (обзор статей части Четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации).
14. PR-кампании и криминал.

6.2. Примерные задания для самостоятельной работы

Задание № 1



Представить (письменно, схематично) алгоритм: «Прекращение и приостановление деятельности СМИ» (в период избирательной кампании и референдума).

Задание № 3

В рекламном ролике представлены сведения, не соответствующие действительности. Если обманутый покупатель обратится в суд, может ли он проиграть дело? Дать обоснованный ответ.

Задание № 4

Перечислить основные плюсы и минусы регистрации интернет-СМИ.

 +	 -
--	--

Задание № 5

В соответствии с законом о доступе к информации сформировать 6 (шесть) основных способов получения сведений о деятельности местного самоуправления.

1... 2... 3... 4... 5... 6...

Задание № 6

Из-за неудачной PR-кампании, критиковавшей администрацию района, решением руководителя райсовета закрыта местная радиостанция.

Прокомментируйте ситуацию с точки зрения Закона о СМИ.

Задание № 7

Мэр города запретил продажу в городе эротической литературы (русского издания «Playboy»).

Прокомментировать ситуацию.

Задание № 8

Корреспондент газеты «Российские вести» без каких-либо объяснений не был допущен на расширенное заседание коллегии Минздрава РФ.

Прокомментируйте ситуацию.

¹Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

Задание № 9

В соответствии со ст. 62 Закона о СМИ гражданин обратился в суд с требованием выплаты компенсации и публикации опровержения сведений, содержащихся в рекламном сообщении, опубликованном в ноябре 1991 г., поскольку защита чести и достоинства срока давности не имеет. Выиграет ли гражданин судебное дело?

Задание № 10

Создайте перечни способов гражданско-правовой защиты прав.

А) Гражданско-правовая защита неимущественных прав предполагает:

1), 2), 3), 4), 5).

Б) Гражданско-правовая защита исключительных прав предполагает:

1), 2), 3), 4), 5).

Задание № 11

Назвать виды информации, распространение которой в Интернете является уголовным преступлением.

Задание № 12

Представить наполненный содержанием алгоритм блокирования незаконных сайтов.

1...→ 2...→ 3...→ 4...→ 5...

Задание № 13

Перечислить преступления и правонарушения экстремистской направленности в Интернете, квалифицируемые Уголовным кодексом РФ и Кодексом РФ об административных правонарушениях.

РАЗДЕЛ 7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1В процессе освоения учебной дисциплины «Психология журналистики» для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице 7.1.

Таблица 7.1

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ В СООТНОШЕНИИ С ОЦЕНОЧНЫМИ СРЕДСТВАМИ

Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенции	Содержание учебного материала	Примеры контрольных вопросов и заданий для оценки знаний, умений, владений	Методы/средства контроля
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений			
ИУК-2.1. Знает теоретические, правовые основы разработки и реализации проектов, методы определения оптимальных способов достижения поставленной цели проекта.	Тема 1. Возникновение и развитие права массовой информации в России Тема 2. Свобода массовой информации Тема 7. Избирательные кампании и деятельность в сфере связей с общественностью	История принятия Закона о СМИ. Структура и содержание Закона о СМИ. Изменение и дополнение Закона о СМИ. Региональное законодательство. Источники права СМИ в РФ. Почему Закон о СМИ, принятый 19 декабря	Устный опрос (темы 1, 2, 9, 13) Написание эссе (темы 2 -7) Вопросы для подготовки к зачету (вопросы 3 – 15) Выполнение практических заданий (1 – 10)

	<p>Тема 9. Охрана интеллектуальной собственности в сфере массовой информации</p> <p>Тема 13. Международное гуманитарное право в деятельности российских государственных органов и СМИ</p>	<p>1991 года, датируется 27 декабря 1991 года?</p>	
<p>ИУК-2.2. Умеет разрабатывать и реализовывать проекты, умеет применять методы определения оптимальных способов достижения поставленной цели проекта; умеет определять зоны ответственности участников проекта.</p>	<p>Тема 1. Возникновение и развитие права массовой информации в России</p> <p>Тема 2. Свобода массовой информации</p> <p>Тема 7. Избирательные кампании и деятельность в сфере связей с общественностью</p> <p>Тема 9. Охрана интеллектуальной собственности в сфере массовой информации</p> <p>Тема 13. Международное гуманитарное право в деятельности российских государственных органов и СМИ</p>	<p>В чем значение Закона «О СМИ» для сохранения и углубления свободы массовой информации? Каковы источники права СМИ? Каковы международные правозащитные механизмы в обеспечении свободы массовой информации? Какие факторы влияют на информационную безопасность?</p>	<p>Устный опрос (темы 1, 2, 9, 12)</p> <p>Написание эссе (темы 2 -6)</p> <p>Вопросы для подготовки к зачету (вопросы 1 – 17)</p> <p>Выполнение практических заданий (4 - 16)</p>
<p>ИУК-2.3. Владеет навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками осуществления мониторинга хода реализации проекта; навыками презентации обоснования (аргументации) идеи проекта, публичного представления результатов реализации проекта; владеет опытом практических действий в сфере планирования этапов реализации проекта, определения видов ра-</p>	<p>Тема 1. Возникновение и развитие права массовой информации в России</p> <p>Тема 2. Свобода массовой информации</p> <p>Тема 7. Избирательные кампании и деятельность в сфере связей с общественностью</p> <p>Тема 9. Охрана интеллектуальной собственности в сфере массовой информации</p>	<p>Свобода массовой информации – правовой принцип (презумпция – принцип).</p> <p>Содержание свободы массовой информации. Конституционное закрепление свободы массовой информации.</p> <p>Международные акты о СМИ.</p> <p>Независимый суд и правовые гарантии свободы массовой информации.</p>	<p>Устный опрос (темы 1, 2, 9)</p> <p>Написание эссе (темы 2 -8)</p> <p>Вопросы для подготовки к зачету (вопросы 5 - 14)</p> <p>Выполнение практических заданий (5 - 15)</p>

<p>бот в сфере достижения задач проекта, владеет опытом действий в области командной проектной работы.</p>			
<p>УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности</p>			
<p>ИУК-10.1. Знает действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией, экстремизмом и терроризмом в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней</p>	<p>Тема 3. Учреждение рекламного или PR-агентства, регистрация и лицензирование Тема 4. Правовое регулирование PR-кампаний, рекламных акций и связанных с ними мероприятий Тема 5. Ущемление свободы массовой информации и злоупотребление ею Тема 6. Защита чести, достоинства и деловой репутации Тема 7. Избирательные кампании и деятельность в сфере связей с общественностью Тема 8. Права и обязанности специалиста в сфере рекламы и PR. Злоупотребление правами Тема 9. Охрана интеллектуальной собственности в сфере массовой информации Тема 10. Интернет и его правовое регулирование</p>	<p>Свобода массовой информации – правовой принцип (презумпция – принцип). Содержание свободы массовой информации. Конституционное закрепление свободы массовой информации. Международные акты о СМИ. Независимый суд и правовые гарантии свободы массовой информации.</p>	<p>Тестирование (задания 2 – 18) Эссе (темы 8-13). Опрос на семинарском занятии (темы 3, 5, 7, 8)</p>
<p>ИУК-10.2. Умеет планировать, организовывать и проводить мероприятия, направленные на по-</p>	<p>Тема 3. Учреждение рекламного или PR-агентства, регистрация и лицензирование</p>	<p>Чем опасен журналист, плохо знающий право СМИ? Почему очень важно знать содержание статьи 152 ГК РФ?</p>	<p>Устный опрос (темы 3 - 5) Вопросы для подготовки к зачету (вопросы 6 – 15)</p>

пуляризацию правовой грамотности, формирование гражданской позиции, а также предотвращение коррупции, экстремизма и терроризма в обществе	Тема 4. Правовое регулирование PR-кампаний, рекламных акций и связанных с ними мероприятий Тема 5. Ущемление свободы массовой информации и злоупотребление ею	В чем заключается самоцензура? Каковы виды злоупотреблений свободой массовой информации? Кто является субъектами и что «объектами» авторского права? Для каких целей допускается свободное использование произведений без согласия автора?	Выполнение практических заданий (1 - 20)
ИУК-10.3. Владеет навыками социального взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции, экстремизму и терроризму; построения оптимальной коммуникативной модели в рамках действующего правового поля	Тема 3. Учреждение рекламного или PR-агентства, регистрация и лицензирование Тема 8. Права и обязанности специалиста в сфере рекламы и PR. Злоупотребление правами Тема 9. Охрана интеллектуальной собственности в сфере массовой информации Тема 10. Интернет и его правовое регулирование	Каковы механизмы саморегуляции в системе общественных институтов журналистского сообщества? Кто является субъектами и что «объектами» авторского права? Для каких целей допускается свободное использование произведений без согласия автора? Как регулируется интернет-вещание?	Написание эссе (темы 1 -7) Вопросы для подготовки к зачету (вопросы 3 – 18) Тестирование (задания 4 – 15)

7.2. Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации

1. Право массовой информации: понятие и содержание.
2. Цензура: понятие и правовые гарантии запрета.
3. Система и источники права массовой информации в Российской Федерации.
4. Правовые основы деятельности российских средств массовой информации.
5. Закон РФ «О средствах массовой информации»: структура и основные положения.
6. Закон РФ «О средствах массовой информации»: история создания.
7. Законодательные основы организации деятельности СМИ.
8. Законодательные основы распространения продукции СМИ.
9. Законодательные основы организации отношений СМИ с гражданами и организациями.
10. Законодательные основы правового статуса специалиста в сфере рекламы и PR.
11. Правовая ответственность за нарушение законодательства о средствах массовой информации.
12. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Его роль и значение для деятельности специалиста в сфере рекламы и PR.
13. Федеральный закон «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации». Его роль и значение для деятельности специалиста в сфере рекламы и PR.

14. Право на опровержение и ответ.
15. Средства массовой информации и власть в Российской Федерации.
16. Закон РФ «О государственной тайне».
17. Честь и достоинство как правовые категории.
18. Право на доступ к информации.
19. СМИ и выборы.
20. Авторские права в СМИ.
21. Федеральный закон «О рекламе».
22. Правовая категория «иные средства массовой информации». Особенности правового статуса интернет-СМИ.
23. Закрепление свободы массовой информации во Всеобщей декларации прав человека.
24. Закрепление свободы массовой информации в Международном пакте о гражданских и политических правах.
25. Закрепление свободы массовой информации в Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод.
26. Государственные и общественные структуры защиты гласности и свободы информации.
27. Роль и значение этических регуляторов деятельности специалиста в сфере рекламы и PR.
28. Основные субъекты правоотношений в сфере рекламы и PR.
29. Понятие предвыборной агитации и ее ограничение от освещения избирательной кампании в СМИ.
30. Основные формы злоупотребления правами.
31. Ответственность за злоупотребление правами.
32. Особенности правового регулирования электронных СМИ.
33. Правовой режим распространения информации в Интернете.
34. Интернет и СМИ.
35. Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».
36. Механизм возложения ответственности за злоупотребление свободой массовой информации.
37. Противоправное ущемление свободы массовой информации.
38. История возникновения, основные этапы развития международного гуманитарного права.
39. Основные положения Женевских конвенций.
40. Международные организации, содействующие обеспечению защиты прав человека в зонах вооруженных конфликтов.
41. Роль Международного комитета Красного Креста (МККК) в деле реализации защиты прав человека в зонах вооруженных конфликтов.
42. Уставные положения МККК и его практическая деятельность на международной арене.
43. Международное гуманитарное право: основополагающие принципы, институты, источники и субъекты.
44. Международно-правовая защита гражданского населения в период вооруженных конфликтов.
45. Основные преимущества и недостатки журналистского статуса пребывания в зоне вооруженного конфликта.
46. Субъекты и источники международного гуманитарного права (виды и их характеристика).

7.3. Примерные тестовые задания для контроля (мониторинга) качества усвоения материала в т.ч. в рамках рубежного контроля знаний²

Выберите вариант/варианты правильного ответа.

1. Законодательство предусматривает следующие обязанности средств массовой информации:
 - а) хранение материалов;
 - б) обязательное предоставление бесплатных экземпляров;
 - в) бесплатное опубликование обязательных сообщений;
 - г) распространение опровержения;
 - д) сохранение в тайне конфиденциальной информации;
 - е) соблюдение права на используемые произведения;
 - ж) какую еще?
2. Срок, в который должна быть предоставлена информация по письменному запросу редакции в государственную, общественную организацию или их пресс-службы:
 - а) до пяти дней;
 - б) до десяти дней;
 - в) до семи дней.
3. В круг лиц, обязанных предоставлять информацию, не входят:
 - а) общественные объединения;
 - б) государственные органы;
 - в) коммерческие структуры;
 - г) организации;
 - д) должностные лица.
4. Оскорбление – это:
 - а) унижение чести и достоинства другого, выраженное в неприличной форме;
 - б) любое выражение в неприличной форме;
 - в) синоним клеветы;
 - г) синоним диффамации.
5. Уведомление об отсрочке или отказе с указанием причины в предоставлении информации на письменный запрос редакции должно быть направлено руководителями государственного органа. Общественной организации или соответствующими пресс-службами в срок:
 - а) до двух дней;
 - б) до трёх дней;
 - в) до пяти дней.
6. В структуре и содержании Закона «О СМИ» имеются главы:
 - а) распространение массовой информации;
 - б) общие положения;
 - в) права и обязанности журналиста;
 - г) организация деятельности СМИ;
 - д) отношение СМИ с гражданами и организациями;
 - е) межгосударственное сотрудничество в области массовой информации;
 - ж) какая ещё? _____
7. Каждый имеет право информацию любым законным способом:
 - а) получать;
 - б) свободно искать;
 - в) распространять;
 - г) производить;
 - д) что ещё? _____

²Рубежный контроль знаний проводится для обучающихся очной формы обучения и оценивается по шкале «зачтено»/«не зачтено»

8. За использование СМИ предусмотрено уголовное наказание в случае:
 - а) разглашение государственной тайны;
 - б) распространения сведений о способах, методах разработки, изготовления, местах приобретения и использования наркотических и психотропных веществ;
 - в) пропаганды культа насилия и жестокости.
9. Эротическими являются телепрограммы, которые:
 - а) эксплуатируют интерес к сексу;
 - б) эксплуатируют интерес к противоположному полу;
 - в) используют изображение обнаженного тела;
 - г) выходят за рамки общепринятых норм морали.
10. Злоупотребление свободой массовой информации не влечет уголовной ответственности за:
 - а) нарушение неприкосновенности частной жизни;
 - б) возбуждение национальной, расовой или религиозной вражды;
 - в) клевету;
 - г) оскорбление;
 - д) причинение кому-либо материального ущерба или морального вреда.
11. Закон установил для распространителей и производителей рекламы минимальную квоту по распространению и производству социальной рекламы:
 - а) 10%;
 - б) 5 %;
 - в) 15%.
12. Государственную тайну составляют сведения:
 - а) о силах гражданской обороны;
 - б) о состоянии экологии;
 - в) о фактах нарушения законности органами государственной власти;
 - г) о размерах золотого запаса.
13. Право каждого человека на информацию зафиксировано:
 - а) в Международном пакте о гражданских и политических правах;
 - б) в Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод;
 - в) во Всеобщей декларации прав человека.
14. Закон о рекламе не регулирует вопросы:
 - а) социальной рекламы;
 - б) неэтичной рекламы;
 - в) политической рекламы;
 - г) заведомо ложной рекламы.
15. Закон установил максимальный объем рекламы от печатной площади для газет и журналов, не зарегистрированных в качестве рекламных:
 - а) 25 %;
 - б) 30 %;
 - в) 40 %.
16. На какие нижеперечисленные объявления не распространяется действие закона о рекламе?
 - а) о продаже коровы;
 - б) об услугах частного нотариуса;
 - в) об остеклении и благоустройстве балконов, окон.
 - г) об обмене квартиры.
17. С целью недопущения недобросовестной конкуренции с использованием рекламных трюков и защиты потребителей от ненадлежащей рекламы следующие виды рекламы недопустимы, то есть незаконны:
 - а) в которой допущены нарушения требований законодательства к содержанию, времени, месту и способу распространения;
 - б) неэтичная;
 - в) недостоверная;
 - г) недобросовестная;

- д) какая ещё? _____
18. Закон РФ «О СМИ» был принят:
- в 1993 году;
 - в 1992 году;
 - в 1991 году.
19. Действие лицензии на вещание можно приостановить по решению:
- самого вещателя;
 - министерства по печати;
 - только суда;
 - президента РФ.

7.4. Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования; шкалы и процедуры оценивания

7.4.1. Вопросы и заданий для текущей и промежуточной аттестации

При оценке знаний на экзамене учитывается уровень сформированности компетенций:

- Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
- Уровень знания фактического материала в объеме программы.
- Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
- Умение связать теорию с практикой.
- Умение делать обобщения, выводы.

Таблица 7.4.1.1

Шкала оценивания на зачете с оценкой

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала; - исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; - правильно формулировать определения; - продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; - уметь сделать выводы по излагаемому материалу.
Хорошо	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать достаточно полное знание программного материала; - продемонстрировать знание основных теоретических понятий; достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; - продемонстрировать умение ориентироваться в литературе; - уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
Удовлетворительно	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Неудовлетворительно	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала;

	<ul style="list-style-type: none"> - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.
--	---

Таблица 7.4.1.2

Шкала оценивания на рубежном контроле

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу

7.4.2. Письменной работы (эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления.
2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

Таблица 7.4.2.1

Шкала оценивания эссе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу

7.4.3. Тестирование

Таблица 7.4.3

Шкала оценивания

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

7.5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки – это умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимся практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д. При этом обучающийся поставлен в условия, когда он вынужден самостоятельно (творчески) искать пути и средства для разрешения поставленных задач, самостоятельно планировать свою работу и анализировать ее результаты, принимать определенные решения в рамках своих полномочий, самостоятельно выбирать аргументацию и нести ответственность за проделанную работу, т.е. проявить владение навыками. Взаимодействие с преподавателем осуществляется периодически по завершению определенных этапов работы и проходит в виде консультаций. При оценке владения навыками преподавателем оценивается не только правильность решения выполненного задания, но и способность (готовность) обучающегося решать подобные практико-ориентированные задания самостоятельно (в перспективе за стенами вуза) и, главным образом, способность обучающегося обосновывать и аргументировать свои решения и предложения.

Устный опрос- это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленная на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; один или несколько правильных ответов.

Семинарские занятия - основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самосто-

тельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

РАЗДЕЛ 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме. Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники международного права, авторитетные точки зрениями и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

8.2. Методические рекомендации по использованию кейсов

Кейс-метод (Casestudy) – метод анализа реальной международной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

8.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ проектов международных документов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ

различных аспектов и проблем международных отношений (анализ внешнеполитической ситуации, деятельности международной организации, анализ международной практики и т. п.);

- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например, формулирование целей миссии, и т. п.).

РАЗДЕЛ 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Основная литература*³

Максуров А.А. Реклама правовых продуктов и государственных услуг в Российской Федерации и за рубежом. – М.: URSS, 2019. – 240 с.

*Дополнительная литература*⁴

Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — 978-5-4486-0598-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС IPRsmart <http://www.iprbookshop.ru>

УМО по классическому университетскому образованию России <http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа: <http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. – Б.г. – Доступ к данным: Открытый. – Режим доступа: <http://www.nlr.ru/>

Электронная библиотека Gaudeamus: бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. –

Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа: <http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа: <http://www.iqlib.ru/>

Комплект лицензионного программного обеспечения

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров – Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

³ Из ЭБС университета

⁴ Из ЭБС университета

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» – договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO - 3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

Свободно распространяемое программное обеспечение

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

Программное обеспечение отечественного производства:

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров – Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» – договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO - 3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

РАЗДЕЛ 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория для проведения учебных лекционных типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная учебная мебель: комплект специальной учебной мебели Технические средства обучения, служащие для предоставления учебной информации большой аудитории: доска аудиторная маркерная компьютер, проектор, экран, наборы демонстрационного оборудования
Помещение для самостоятельной работы	компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации принтер Комплект специальной учебной мебели

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).