Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга и торгового дела

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.Э.1.1 Правовое регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Цифровые медиакоммуникации и связи с общественностью
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

Год набора 2025

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.В.Э.2.1 Правовое регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга и торгового дела
наименование кафедры

протокол № 8 от "03" 02 2025 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра маркетинга и торгового дела — подпись — О.М. Калиева
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:

доцент — подпись — Ю.В. Кудашова,
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью — личная подпись — О.М. Калиева
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов

личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Кудашова Ю.В., 2025
© ОГУ, 2025

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: изучение правовых основ регулирования сферы рекламы и связей с общественностью, а также основных принципов и тенденций развития правового регулирования, навыков практического применения законодательства о рекламе и PR.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение российского законодательства, регулирующего информационную и рекламную деятельность.
- выработка умения ориентироваться в нормативно-правовых актах, содержащих нормы о регулировании рекламной и PR-деятельности;
- выработка умения соотносить юридическое содержание правовых норм с реальными событиями общественной жизни;
- формирование способностей применять полученные правовые знания в практической деятельности

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.7 Право*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-5 Способен организовывать продвижение товаров и услуг, продукции средств массовой информации, формировать планы рекламных кампаний и программы взаимодействия с общественностью и стейкхолдерами в соответствии с правовыми аспектами и психологией рекламного воздействия	ПК*-5-В-1 ПК-5-В-1 Знает правовые аспекты и психологические основы разработки эффективной рекламной продукции	**Знать:** основные принципы, понятия, нормы правового регулирования рекламы и связей с общественностью. **Уметь:** ориентироваться в российском законодательстве о рекламе и PR-деятельности при продвижении товаров и услуг, продукции средств массовой информации. **Владеть:** навыком применения полученных правовых знаний в процессе формирования планов рекламных кампаний.

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	6 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**180**	**180**
Контактная работа:	**14,25**	**14,25**
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия (ПЗ)	6	6
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- выполнение тестовых заданий;* *- подготовка к устному опросу;* *- написание реферата (Р);* *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- изучение разделов массового открытого онлайн-курса «Цифровое право. Общая часть»; «Правовая грамотность» (Платформа: Открытое образование);* *- изучение разделов курса в системе электронного обучения ОГУ*	**165,75**	**165,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**зачет**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Понятие и виды рекламных правоотношений.	46	2	2	-	42
2	Государственная и общественная защита прав потребителей на добросовестную, правдивую и надлежащую рекламу	46	2	2	-	42
3	Правовое регулирование рекламных и PR-рынков	44	2	1	-	41
4	Юридическая ответственность за правонарушения в рекламной деятельности	44	2	1	-	41
	Итого:	180	8	6		166
	Всего:	180	8	6		166

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел №1 Понятие и виды рекламных правоотношений

Определение рекламы, как категории права и ее отличия от иной информации. Права и обязанности субъектов рекламной деятельности. Спонсорская реклама и особенности ее распространения. Определение участников рекламной деятельности. Социальная реклама и ее правовое регулирование. Особенности рекламы в средствах массовой информации. Особенности наружной рекламы. Особенности рекламы на транспортных средствах.. Ограничения рекламы алкогольных напитков. Ограничения рекламы лекарственных препаратов, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, реклама БАД и пищевых добавок, продуктов детского питания. Ограничения рекламы основанных на риске игр и пари. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы Основные положении информационного права.

Раздел №2 Государственная и общественная защита прав потребителей на добросовестную, правдивую и надлежащую рекламу

Основные положения Федерального закона РФ «О защите прав потребителей» в регулировании рекламной деятельности, его цель и задачи. Положения о защиты прав потребителей от недобросовестной рекламы. В чем сущность государственной и общественной защиты прав потребителей на добросовестную, правдивую и надлежащую рекламу. Понятие контррекламы. Понятие сертификации продукции и услуг

Раздел №3 Правовое регулирование рекламных и PR-рынков

Особенности рекламного и PR-рынка, его структура. Специфика рынка услуг по размещению рекламы и PR, рынки распространения рекламы и PR. Сущность конкуренции на рынках производства, размещения и распространения рекламы и PR. Основные положения Федерального закона РФ «О защите конкуренции» и его значение в регулировании рекламной и PR-деятельности. Понятие добросовестной и недобросовестной конкуренции. Налоговая политика в рекламной и PR-деятельности.

Раздел №4 Юридическая ответственность за правонарушения в рекламной деятельности

Полномочия Федерального антимонопольного органа по государственному контролю в области рекламной деятельности. Полномочия региональных и муниципальных органов по контролю за рекламой. Административная ответственность за правонарушения в сфере рекламы. Гражданско-правовая ответственность участников рекламной деятельности. Уголовная ответственность за правонарушения в сфере рекламы.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Понятие и виды рекламных правоотношений. 1. Определение рекламы, как категории права и ее отличия от иной информации. 2. Права и обязанности субъектов рекламной деятельности. 3. Реклама в средствах массовой информации. 4. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы 5. Основные положении и принципы информационного права.	2
2	2	Государственная и общественная защита прав потребителей на добросовестную, правдивую и надлежащую рекламу 1.Основные положения Федерального закона РФ «О защите прав потребителей» в регулировании рекламной деятельности, его цель и задачи. 2.Положения о защиты прав потребителей от недобросовестной рекламы. 3. Понятие контррекламы.	2

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
		4. Понятие сертификации продукции и услуг	
3	3	Правовое регулирование рекламных и PR-рынков Особенности рекламного и PR-рынка, его структура. 1.Специфика рынка услуг по размещению рекламы и PR, рынки распространения рекламы и PR. 2.Сущность конкуренции на рынках производства, размещения и распространения рекламы и PR. 3. Основные положения Федерального закона РФ «О защите конкуренции» и его значение в регулировании рекламной и PR-деятельности. 4. Налоговая политика в рекламной и PR-деятельности.	1
3	4	Юридическая ответственность за правонарушения в рекламной деятельности 1. Полномочия Федерального антимонопольного органа по государственному контролю в области рекламной деятельности. 2. Полномочия региональных и муниципальных органов по контролю за рекламой. 3. Гражданско-правовая ответственность участников рекламной деятельности. 4. Административная ответственность и уголовная ответственность за правонарушения в сфере рекламы.	1
		Итого:	6

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

Литвиненко, О. В. Правовое обеспечение связей с общественностью : учебное пособие / О. В. Литвиненко ; RU. — Новосибирск : СибГУТИ, 2021. — 112 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/257318

Правовое регулирование рекламной коммуникации : учебно-методическое пособие / под общей редакцией М. И. Рыхтика. — 2-е изд. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, [б. г.]. — Часть 1 — 2019. — 97 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/144845

5.2 Дополнительная литература

Москалев, С. М. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие / С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2021. — 163 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/191396

5.3 Периодические издания

Российская газета: журнал. – М.: ЗАО Издательство "Российская газета", 2017-2023 гг.

Рекламодатель: теория и практика : журнал. - Москва : Агентство "Роспечать", 2008-2015 гг.
Государство и право : журнал. - Москва : Российская академия наук, 2017-2023 гг.

5.4 Интернет-ресурсы

https://openedu.ru/course/ssau/DIGITAL_LAW/ - «Открытое образование», Каталог курсов, МООК: «Цифровое право. Общая часть»;

https://openedu.ru/course/hse/LEGLIT/?session=2022 - «Открытое образование», Каталог курсов, МООК: «Правовая грамотность»;

Система электронного обучения Moodle - Электронные курсы Оренбургского государственного университета, режим доступа – https://moodle.osu.ru/login/

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Программная система для организации видео-конференц-связи Webinar.ru
2. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2025]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
3. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2025]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe
4. Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования – АИССТ (зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет), режим доступа – http://aist.osu.ru.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.