

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 26.04.2024 11:33:29
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Председатель КСН



М.Л. Белоножко

«30» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Правовое и этическое регулирование связей с общественностью
и рекламы

направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

профиль: Диджитал маркетинг

форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 8. 06.2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Диджитал маркетинг к результатам освоения дисциплины «Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы»

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 1 от «30» августа 2021 г.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоножко

Рабочую программу разработал:

Ю.О.Баикина, доцент кафедры МиМУ, к.с.н, доцент



1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: Формирование профессиональных компетенций и практических умений, основанных на этическом подходе к содержанию рекламных материалов, исследовании особенностей регулирования рекламы в СМИ.

Формирование целостного представления о явлении в гуманитарных науках феномена «Правовое регулирование сферы рекламы и связей с общественностью» ее ключевых идеях, общей ориентации в понятийном аппарате, теоретических и методологических основах дисциплины, изучить юридические основы ориентации в сфере регулирования рекламы и связей с общественностью, происходящих в стране.

Основными задачами изучения курса являются:

- сформировать представления об основных этических нормах и принципах регулирования рекламы;
- изучить основы и специфику этической составляющей регулирования связей с общественностью.
 - изучение основного закона о связях с общественностью - Закон РФ "О средствах массовой информации";
 - изучение правовых жизненных стилей и ресурсов потребителей;
 - изучение получения и распространение массовой информации, учреждение средств массовой информации, владение, пользование и распоряжение ими, изготовление, приобретение, хранение и эксплуатация технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой информации;
 - изучение процесса принятия юридического решения о покупке.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» относится к дисциплинам обязательной части.

Для полного усвоения данной дисциплины, обучающиеся должны знать: «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика медиакommunikаций»

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- основных источников медиаправа, базовые принципы регулирования СМИ в России, этические основы редакционной деятельности, основ авторского права и общих требований к содержанию рекламы в СМИ, в сфере связей с общественностью.
- основ гражданского, трудового, административного, уголовного права; законодательство РФ, регулирующее сферу рекламы и связей с общественностью международные документы, регулирующие правовую и этическую сторону деятельности PR-специалистов;

Умения:

- применять массово-информационную этику в своей профессиональной деятельности, осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с этическими нормами, использовать этические нормы в интересах обеспечения граждан необходимой информацией и успешной бесперебойной работы организации СМИ.
- нормативно-правовые знания в различных сферах жизнедеятельности;
- оценивать свою профессиональную деятельность и деятельность коллег с точки зрения соответствия российским и международным правовым и этическим нормам

Владение:

- навыками применения основных этических принципов в профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;

- способностью организовывать собственную профессиональную деятельность и деятельность фирмы в соответствии с правовыми и этическими нормами; навыками реализации и защиты своих прав

Содержание дисциплины «Этические основы современных медиакоммуникаций» служит основой для освоения дисциплин: «Конфликтология в рекламе и связях с общественностью»

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знать ОПК-5. 3.5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает ОПК-5. 3.5.1.: систему медиакоммуникаций
	Уметь ОПК-5. У.5.1. Умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Умеет ОПК-5. У.5.1. владеть знаниями в практической деятельности по управлению и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; уметь анализировать городскую среду в контексте социальных коммуникаций выделяет главные смысловые аспекты практической деятельности по управлению рекламной службой.
	Владеть ОПК-5. В.5.1. Владеет своими профессиональными действиями в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Владеет ОПК-5. В.5.1.: профессиональными действиями в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знать ОПК-7. 3.7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знает ОПК-7. 3.7.1.: основы экономической теории и анализа деятельности предприятия.
	Уметь ОПК-7. У.7.1. Умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Умеет ОПК-7. У.7.1.: использовать теоретические знания в области экономики для обоснования и принятия управленческих решений.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
	Владеть ОПК-7. В.7.1. Владеет методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Владеет ОПК-7. В.7.1.: знаниями ситуационного анализа для планирования и расчета экономической эффективности деятельности предприятия.
УК-10.Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-10. 3.10.1.Знает права и обязанности человека и гражданина, основы законодательства РФ и правового поведения	Знает УК-10. 3.10.1 социальные, правовые, этические последствия коррупционных действий
	УК-10. У.10.1. Умеет анализировать и конструктивно разрешать проблемные ситуации, связанные с нарушением прав человека и гражданина, применением манипулятивных технологий формирования противоправных действий	Умеет УК-10. У.10.1. давать правовую и этическую оценку ситуациям, связанным с коррупционным поведением
	УК-10. В.10.1. Владеет навыками работы с законодательными и другими нормативными правовыми актами	Владеет УК-10. В.10.1. навыками критически мыслить, анализировать и давать оценку нормативно-правовым актам в антикоррупционной сфере

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 7 зачетных единицы, 252 час.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	3/5	34	18	-	56	зачет
очная	3/6	34	18	-	65+27	экзамен
заочная	3/6	8	6	-	90 +4	Зачет
заочная	4/7	10	8	-	117+9	Экзамен, контрольная работа

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО) – 5 семестр

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	14	6	-	20	40	ОПК-5.3.5.1. ОПК-5.У.5.1 ОПК-5.В.5.1 ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1 УК-10.3.10.1 УК-10У.10.1 УК-10В.10.1	Презентация, выступления с докладами, выполнение практической работы
2	2	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	20	12	-	36	68	ОПК-5.3.5.1. ОПК-5.У.5.1 ОПК-5.В.5.1 ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1 УК-10.3.10.1 УК-10У.10.1 УК-10В.10.1	
Итого:			34	18		56	108		

очная форма обучения (ОФО) – 6 семестр

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	14	6	-	26	46	ОПК-5.3.5.1. ОПК-5.У.5.1 ОПК-5.В.5.1 ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1 УК-10.3.10.1 УК-10У.10.1 УК-10В.10.1	Презентация, выступления с докладами, выполнение практической работы
2	2	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	20	12	-	39	71	ОПК-5.3.5.1. ОПК-5.У.5.1 ОПК-5.В.5.1 ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1 УК-10.3.10.1 УК-10У.10.1 УК-10В.10.1	
3	экзамен						27	ОПК-5.3.5.1. ОПК-5.У.5.1 ОПК-5.В.5.1 ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1	Вопросы к экзамену

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								УК-10.3.10.1 УК-10У.10.1 УК-10В.10.1	
Итого:			34	18		65+27	144		

Заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3						9	10
1	1	Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	3	2	-	35	40	ОПК-5.3.5.1. ОПК-5.У.5.1 ОПК-5.В.5.1 ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1 УК-10.3.10.1 УК-10У.10.1 УК-10В.10.1	
2	2	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	5	4	-	55	64	ОПК-5.3.5.1. ОПК-5.У.5.1 ОПК-5.В.5.1 ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1 УК-10.3.10.1 УК-10У.10.1 УК-10В.10.1	
						4	4	ОПК-5.3.5.1. ОПК-5.У.5.1 ОПК-5.В.5.1 ОПК-7.3.7.1.	Вопросы к зачету

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3						9	10
								ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1 УК-10.3.10.1 УК-10У.10.1 УК-10В.10.1	
Итого:			8	6		90+4	104		

Заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3						9	10
1	1	Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	4	3	-	45	52	ОПК-5.3.5.1. ОПК-5.У.5.1 ОПК-5.В.5.1 ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1 УК-10.3.10.1 УК-10У.10.1 УК-10В.10.1	
2	2	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	6	5	-	72	83	ОПК-5.3.5.1. ОПК-5.У.5.1 ОПК-5.В.5.1 ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1 УК-10.3.10.1 УК-10У.10.1 УК-10В.10.1	
						9	9	ОПК-	Вопросы к

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3						9	10
								5.3.5.1. ОПК- 5.У.5.1 ОПК- 5.В.5.1 ОПК- 7.3.7.1. ОПК- 7.3.7.1. ОПК- 7.В.7.1 УК- 10.3.10.1 УК- 10У.10.1 УК- 10В.10.1	экзамену, контрольн ая работа
Итого:			10	8	-	117+9	148		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. Ключевые понятия курса. О предмете профессиональной этики журналиста

Понятие деонтологии. Медиаэтика и журналистская этика. Профессиональная этика и профессиональная мораль. Социальные и профессиональные особенности журналистики как деятельности и как специфической формы всеобщего социально-информационного общения. Исходные составляющие профессиональной этики: общественные требования к данному социальному институту, требования, вытекающие из внутренних функционально-сущностных свойств журналистики, правила, установившиеся в ходе журналистской практики. Профессиональная журналистская этика и предмет ее регулирования. Социальная действительность как предмет познания, человек: его конкретная деятельность, мотивы деятельности, субъектно-объектные отношения как важнейшая часть социальной действительности. Журналистский текст как предмет профессиональной этики, требования к журналисту как его создателю. Особый момент в профессионально-этических отношениях: регулирование отношений журналистов с аудиторией и контроль внутривидовых отношений. Особая социальная ответственность журналистики в целом и каждого журналиста как результат социальной значимости данного института. Понятие социальной (гражданской) ответственности в журналистике. Его смысл, содержание и место в работе журналиста. Различные трактовки понятия социальная ответственность. Отношение к государству, обществу, нации, группе, личности. Социальная ответственность как ключевое понятие идеологии журналистики и основанного на ней профессионального поведения журналистов

Правовое содержание свободы массовой информации. Понятие свободы массовой информации. Конституционное закрепление свободы массовой информации: свобода мысли, право на информацию, запрет цензуры, право на свободу убеждений и свободу выражения. Средства массовой информации как объект правового регулирования. Понятие средства массовой информации. Признаки СМИ: массовость, периодичность, распространяемость.

Раздел 2 Основные нормы и правила профессионально-этического поведения журналиста

Понятие профессиональных принципов. Декларирование основных профессиональных принципов в журналистских кодексах. Основные принципы профессиональной этики. Нравственная составляющая как необходимый компонент профессионального поведения журналиста. Требования к журналисту, работающему на предварительном этапе журналистской деятельности – этапе исследования действительности. Особые нормы и правила, касающиеся профессий репортера, журналиста-интервьюера, журналиста-исследователя. Требования, предъявляемые к журналисту в процессе создания текста: учет при создании текста всех значимых событий, мнений, оценок, полученных при изучении действительности. Присутствие основных из этих моментов в тексте; обязательное включение в текст разных точек зрения на событие или проблему; нейтральность собственно журналистского текста при описании фактов, при приведении в материале мнений и оценок действующих лиц; стилистическая нейтральность оценочных суждений журналиста относительно событий и людей; доказательность личного мнения и оценки журналиста. Особого внимания заслуживают те моральные принципы и ценности, которые сопровождают деятельность журналиста – аналитика, расследователя, комментатора событий и ситуаций. Деонтологические документы, регламентирующие журналистскую деятельность. Первый кодекс профессиональной этики в России. Московская хартия журналистов от 4 февраля 1994 г. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. Другие деонтологические документы. Особенности работы журналиста в экстремальных условиях: технология профессионального поведения. Психологические аспекты освещения СМИ чрезвычайных ситуаций. Нормативно-правовые акты, регулирующие поведение журналистов при освещении терактов. Рекомендации Национального антитеррористического комитета.

Виды СМИ по российскому праву: государственные, местные, рекламные, электронные, печатные и др. Учреждение СМИ: статус учредителя, издателя СМИ и собственника СМИ. Порядок передачи прав и обязанностей учредителя другим лицам, соучредительство. Ограничение прав иностранных граждан и организаций по учреждению СМИ и владению акциями организаций СМИ.

Раздел 3. Профессионально-нравственные отношения в журналистике

Журналист и социальные институты общества. Профессионально-нравственные вопросы взаимоотношений журналиста с обществом. Право знать и границы гласности. 58 статья Закона РФ О СМИ. Отношение с потребителем информации - важнейшее среди производственных связей журналиста. Нравственный смысл отношений журналист-аудитория. Факт и комментарий. Скрытая реклама, созданная журналистами. Истина в журналистике и в PR службах. Работа с засекреченной информацией. Закон Об информатизации и защите информации от 20 февраля 1995 года. Закон РФ О государственной тайне от 21 июля 1993 года. Положения о коммерческой тайне. Противоречия в законодательстве. Политический подход в 4 13 современной российской журналистике. Профессионально-нравственные отношения журналист-источник информации. Источник информации как объект нравственного отношения репортера. Виды источников информации. Журналистские эксперименты. Использование метода маски и смены профессии. Использование скрытой камеры и диктофона. Покупка информации. Профессионально-нравственные отношения: журналист и его герои. Социальная оценка персонажа. Стереотипизация в оценочном суждении. Нравственный выбор журналиста и социальная оценка персонажа. Общественный интерес и личная жизнь. Различия между общественным интересом и общественным любопытством. Понятие общественной фигуры. Сведения, которые относятся к тем, что порочат честь, достоинство и деловую репутацию гражданина. Ст. 46 Закона О СМИ. Закон О СМИ ст. 57. Понятия клевета и оскорбление. Досудебные публикации: работа с текстом. Профессионально-нравственные отношения журналист и его коллеги. Служебная этика. Редакционный коллектив и нормы служебной этики. Плагиат в журналистской практике. Профессиональная корпорация: реальность или

фантом? Условия существования цивилизованного рынка прессы. Профессионально-нравственные отношения журналист-власть. Нравственная сторона взаимоотношений власти и СМИ. Нормы, регулирующие отношения власти и журналистского сообщества. Опыт национального демократического института США по работе СМИ и власти.

Корпоративные нормы и механизмы саморегулирования в сфере СМИ. Структурообразующий характер Закона РФ «О средствах массовой информации». Перспективы реформирования Закона РФ «О средствах массовой информации». Пробельность и избыточность в законодательстве о средствах массовой информации.

Раздел 4. Механизмы саморегулирования медиа пространства

Причины актуализации создания эффективных механизмов саморегулирования СМИ. Первые опыты создания институтов саморегулирования СМИ в мировой и 4 14 отечественной практике. Деонтологические документы различного уровня. Институт омбудсмена в журналистике. Третейский суд и его функциональный потенциал в разрешении спорных вопросов нарушения профессиональной этики. Институт медиакритики.

Раздел 2. 2. Статус редакции. Устав редакции, его содержание, процедура принятия и утверждения. Соотношение устава редакции и учредительных документов юридического лица. Ответственность за непринятие и (или) неутверждение устава редакции. Иные документы, определяющие организационно-правовой статус СМИ Правовой статус главного редактора. Особенности трудовых отношений в редакционных коллективах. Правовое положение иностранных СМИ и журналистов на территории РФ.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
3/3 курс 5/6 семестр					
1	1	14	3	-	Ключевые понятия курса. О предмете профессиональной этики журналиста
2	2	20	5	-	Основные нормы и правила профессионально-этического поведения журналиста
3/4 курс 6/7 семестр					
3	1	14	4	-	Профессионально-нравственные отношения в журналистике
4	2	20	6	-	Механизмы саморегулирования медиа пространства
Итого:		68	18	X	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
3/3 курс 5/6 семестр					
1	1	6	2	-	Ключевые понятия курса. О предмете

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
					профессиональной этики журналиста
2	2	12	4	-	Основные нормы и правила профессионально-этического поведения журналиста
3/4 курс 6/7 семестр					
3	1	6	3	-	Профессионально-нравственные отношения в журналистике
4	2	12	5	-	Механизмы саморегулирования медиа пространства
Итого:		36	14	X	X

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	2	3	4	5	6	7
3/3 курс 5/6 семестр						
1	1	20	35	-	Ключевые понятия курса. О предмете профессиональной этики журналиста	Подготовка к устному опросу Подготовка презентации Подготовка к выступлению с докладами Подготовка к практической работе
2	2	36	55	-	Основные нормы и правила профессионально-этического поведения журналиста	Подготовка к устному опросу Подготовка презентации Подготовка к выступлению с докладами Подготовка к практической работе
3/4 курс 6/7 семестр						
3	1	26	45	-	Профессионально-нравственные отношения в журналистике	Подготовка к устному опросу Подготовка презентации Подготовка к выступлению с докладами Подготовка к практической работе
4	2	39	72	-	Механизмы саморегулирования медиа пространства	Подготовка к устному опросу Подготовка презентации Подготовка к выступлению с докладами Подготовка к практической работе
5		-	4			Подготовка к зачету

6		27	9			Подготовка к экзамену
	Итого:	123+27	207+ 13	X	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

Тематика контрольных работ

1. Сравнительный анализ кодексов профессиональной этики
2. Средства массовой информации и «новые русские»: специфика дружбы
3. Цитирование как способ сообщения о разных точках зрения в обществе. Профессиональные правила цитирования и их нравственное содержание. Опыт анализа представления в разных средствах информации одного и того же выступления.
4. Этика запрета или разрешения?
5. Этика и бизнес.
6. Этическая составляющая журналистской корпоративности. Анализ понятия.
7. Виды СМИ по российскому праву: государственные, местные, рекламные, электронные, печатные и др.
8. Учреждение СМИ: статус учредителя, издателя СМИ и собственника СМИ.
9. Порядок передачи прав и обязанностей учредителя другим лицам, соучредительство.
10. Ограничение прав иностранных граждан и организаций по учреждению СМИ и

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1. и 8.2.

Таблица 8.1

5 семестр

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Готовая презентация по теме	15
1.2	Выступление с докладом	15
ИТОГО за первую текущую аттестацию		30
2 текущая аттестация		
2.1	Готовая презентация по теме	15
2.2	Написание практической работы	15
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		30
3 текущая аттестация		
3.1	Написание практических работ	20

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
3.2	Готовые презентации по темам	20
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	ВСЕГО	100

Таблица 8.2

6 семестр

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Готовая презентация по теме	15
1.2	Выступление с докладом	15
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Готовая презентация по теме	15
2.2	Написание практической работы	15
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
3.1	Написание практических работ	20
3.2	Готовые презентации по темам	20
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	ВСЕГО	100

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.3-8.4

3 курс 6 семестр

Таблица 8.3

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1.	2	3
2.	Устный опрос	5
3.	презентация по темам	10
4.	Выступление с докладом	5
5.	Практическая работа	10
6.	Устный опрос	5
7.	презентация по темам	10
8.	Выступление с докладом	5
9.	Практическая работа	10
10.	Устный опрос	5
11.	Выступление с докладом	5
12.	Практическая работа	10
13.	презентации по темам	10
14.	Практическая работа	10

4курс 7 семестр

Таблица 8.4

№	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Колич
---	---	-------

п/п		ество баллов
1.	2	3
2.	Устный опрос	5
3.	презентация по темам	10
4.	Выступление с докладом	5
5.	Практическая работа	10
6.	Устный опрос	5
7.	презентация по темам	10
8.	Выступление с докладом	5
9.	Практическая работа	10
10	Устный опрос	5
11	Выступление с докладом	5
12	Практическая работа	10
13	презентации по темам	10
14	Практическая работа	10

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ <http://elib.tyuiu.ru/>
- Научно-техническая библиотеки ФГБОУ ВО РГУ Нефти и газа (НИУ) им. И.М.

Губкина <http://elib.gubkin.ru/>

- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГНТУ <http://bibl.rusoil.net>
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО «Ухтинский государственный

технический университет» <http://lib.ugtu.net/books>

- База данных Консультант «Электронная библиотека технического ВУЗа»
- Электронно-библиотечная система IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru/>
- ООО «Издательство ЛАНЬ» <http://e.lanbook.com>
- ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» www.biblio-online.ru
- Электронно-библиотечная система elibrary <http://elibrary.ru/>
- Электронно-библиотечная система BOOK.ru <https://www.book.ru>

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office Professional.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений бакалавриата, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 24с.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Метод. рек. к организации самостоятельной работы обучающихся всех направлений подготовки бакалавриата, всех форм обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 32 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Диджитал маркетинг

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ОПК-2- Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства	Знает: нормативно - правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность гостиничной сферы и процесс управления предприятием.	Не владеет нормативно - правовыми актами, регламентирующими предпринимательскую деятельность гостиничной сферы и процесс управления предприятием.	Демонстрирует отдельные знания нормативно - правовых актов, регламентирующих предпринимательскую деятельность гостиничной сферы и процесс управления предприятием.	Демонстрирует достаточные знания нормативно - правовых актов, регламентирующих предпринимательскую деятельность гостиничной сферы и процесс управления предприятием.	Демонстрирует исчерпывающие знания нормативно - правовых актов, регламентирующих предпринимательскую деятельность гостиничной сферы и процесс управления предприятием.
	Умеет: использовать методы экономического анализа в гостиничной деятельности для определения целей и задач управления гостиничным предприятием	Не умеет использовать методы экономического анализа в гостиничной деятельности для определения целей и задач управления гостиничным предприятием.	Умеет использовать отдельные методы экономического анализа в гостиничной деятельности.	Достаточно умеет использовать методы экономического анализа в гостиничной деятельности для определения целей и задач управления гостиничным предприятием	В совершенстве умеет использовать методы экономического анализа в гостиничной деятельности для определения целей и задач управления гостиничным предприятием

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	Владеет: методикой и приемами планирования и организации контроля подразделений гостиниц и других средств размещения и уровня обслуживания потребителей	Не владеет методикой и приемами планирования и организации контроля подразделений гостиниц и других средств размещения и уровня обслуживания потребителей	Владеет методикой и приемами планирования и организации контроля подразделений гостиниц и других средств размещения и уровня обслуживания потребителей	Хорошо владеет методикой и приемами планирования и организации контроля подразделений гостиниц и других средств размещения и уровня обслуживания потребителей	В совершенстве владеет методикой и приемами планирования и организации контроля подразделений гостиниц и других средств размещения и уровня обслуживания потребителей
ОПК-5 Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	Знает: основы экономической теории и анализа деятельности гостиничного предприятия.	Не знает основ экономической теории и анализа деятельности гостиничного предприятия.	Демонстрирует отдельные знания основ экономической теории и анализа деятельности гостиничного предприятия.	Демонстрирует достаточные знания основы экономической теории и анализа деятельности гостиничного предприятия.	Демонстрирует исчерпывающие знания основы экономической теории и анализа деятельности гостиничного предприятия.
	Умеет: использовать теоретические знания в области экономики для обоснования и принятия управленческих решений.	Не умеет использовать теоретические знания в области экономики для обоснования и принятия управленческих решений.	Умеет использовать отдельные теоретические знания в области экономики для обоснования и принятия управленческих решений.	Достаточно умеет использовать отдельные теоретические знания в области экономики для обоснования и принятия управленческих решений.	В совершенстве умеет использовать теоретические знания в области экономики для обоснования и принятия управленческих решений.

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	Владеет: знаниями ситуационного анализа для планирования и расчета экономической эффективности деятельности гостиничного предприятия.	Не владеет методикой и знаниями ситуационного анализа для планирования и расчета экономической эффективности деятельности гостиничного предприятия.	Владеет методикой и приемами ситуационного анализа для планирования и расчета экономической эффективности деятельности гостиничного предприятия.	Хорошо владеет методикой и приемами ситуационного анализа для планирования и расчета экономической эффективности деятельности гостиничного предприятия.	В совершенстве владеет методикой и знаниями ситуационного анализа для планирования и расчета экономической эффективности деятельности гостиничного предприятия.
УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	Знает УК-10. 3.10.1 социальные, правовые, этические последствия коррупционных действий	Не знает социальные, правовые, этические последствия коррупционных действий	Демонстрирует отдельные знания социальных, правовых, этических последствий коррупционных действий	Демонстрирует достаточные знания социальных, правовых, этических последствий коррупционных действий	Демонстрирует исчерпывающие социальные, правовых, этических последствий коррупционных действий
	Умеет УК-10. У.10.1. давать правовую и этическую оценку ситуациям, связанным с коррупционным поведением	Не умеет давать правовую и этическую оценку ситуациям, связанным с коррупционным поведением	Умеет давать правовую и этическую оценку ситуациям, связанным с коррупционным поведением	Достаточно умеет давать правовую и этическую оценку ситуациям, связанным с коррупционным поведением	В совершенстве умеет давать правовую и этическую оценку ситуациям, связанным с коррупционным поведением

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	Владеет УК-10. В.10.1. навыками критически мыслить, анализировать и давать оценку нормативно-правовым актам в антикоррупционной сфере	Не владеет навыками критически мыслить, анализировать и давать оценку нормативно-правовым актам в антикоррупционной сфере	Владеет навыками критически мыслить, анализировать и давать оценку нормативно-правовым актам в антикоррупционной сфере	Хорошо владеет навыками критически мыслить, анализировать и давать оценку нормативно-правовым актам в антикоррупционной сфере	В совершенстве владеет навыками критически мыслить, анализировать и давать оценку нормативно-правовым актам в антикоррупционной сфере

КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы
Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность: Диджитал маркетинг

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Бусыгина, М. В. <i>Вербальные характеристики жанра «пресс-релиз» в медиадискурсе : учебное пособие / Бусыгина М. В. - Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, ПринТерра-Дизайн, 2016. - 96 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/66640.html.</i>	ЭР	25	100	+
2	Алферова, Т. <i>Журналистика для здоровья нации : медиакоммуникации и человеческое развитие / Алферова Т. - Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2012. - 384 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/54626.html.</i>	ЭР	25	100	+
3	Кириллова, Наталья Борисовна. <i>Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 109 с. - (Высшее образование). - URL: https://urait.ru/bcode/454656.</i>	ЭР	25	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.И. Белоножка

Директор БИК



Д.Х. Каюкова