


Документ подписан простой электронной подписью
Информация об документе
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 26.04.2024 11:53:43
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.И. Белоножко
«28» 08 2020 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 «28» августа 2020 г.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоношко

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 1.

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

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	Умеет ОПК-7. У.7.1.: использовать теоретические знания в области экономики для обоснования и

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
	рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	принятия управленческих решений.
	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.

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	17	-	57	зачет
очная	3/6	34	17	-	66+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-7. 3.7.1. ОПК-7. 3.7.1. ОПК-7. В.7.1.	Презентация, выступления с докладами, выполнение

№ 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
									е практической работы
2	2	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	20	11	-	37	68	ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1.	
3	Зачет						27	ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1.	Вопросы к зачету;
Итого:			34	17		57	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-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1.	Презентация, выступления с докладами, выполнение практической работы
2	2	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	20	11	-	40	71	ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1.	
3	экзамен					27	27	ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1.	Вопросы к экзамену
Итого:			34	17		66+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-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1.	
2	2	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	5	4	-	55	64	ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1.	
						4	4	ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1.	Вопросы к зачету
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-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1.	
2	2	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	6	5	-	72	83	ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1.	
						9	9	ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.3.7.1. ОПК-7.В.7.1.	Вопросы к экзамену, контрольная 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 Тема 1. **Профессиональная этика журналиста как наука и практическая проблема** Групповая мораль и этика. 2 Социально-профессиональные группы как предмет моральных отношений. Социальные и профессиональные особенности журналистики как деятельности и как специфической формы всеобщего социально-информационного общения. Профессиональная этика как важный регулятор в процессе функционирования журналистики, обеспечивающий соответствие практики журналистики ее социальным и профессиональным обязанностям. Профессиональная мораль как конкретизация общих норм нравственности применительно к особенностям журналистской деятельности. Споры вокруг общего и различного между общественной моралью и профессиональной. Рождение первых профессиональных кодексов и причины их возникновения. Анализ современной профессионально нравственной ситуации в журналистской среде на примере тюменского Центра прикладной этики: XXI век под руководством В.И. Бакштановского. Обзор основных международных кодексов ведущих профессиональных корпораций. Причины, вызывающие изменения в кодексах. Современный журналистский кодекс. Высшая журналистская ценность.

Раздел 2. 1. Система законодательства о средствах массовой информации. Компетенция Российской Федерации и ее субъектов в правовом регулировании деятельности организаций средств массовой информации. Система законодательства о СМИ в Российской Федерации: акты Российской Федерации и акты субъектов РФ.

Раздел 1. Тема 2. **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

Раздел 2. 2. 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 1. Тема 3 **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, исследователя, 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.

Раздел 2. 2. 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 1. Тема 4. 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.

Раздел 2. 2. 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 1. Тема 5. 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
1	1	4		-	Профессиональная этика как важный регулятор в процессе функционирования журналистики, обеспечивающий соответствие практики журналистики ее социальным и профессиональным обязанностям. Система законодательства о средствах массовой информации.
2	1	8		-	Профессиональная журналистская этика и предмет ее регулирования. Понятие социальной (гражданской) ответственности в журналистике. Правовое содержание свободы массовой информации.
3	1	8		-	Нравственная составляющая как необходимый компонент профессионального поведения журналиста. Средства массовой информации как объект правового регулирования.
4	1	8		-	Журналист и социальные институты общества. Профессионально-нравственные вопросы взаимоотношений журналиста с обществом. Виды СМИ по российскому праву: государственные, местные, рекламные, электронные, печатные и др.
5	1	6		-	Причины актуализации создания эффективных механизмов саморегулирования СМИ. Корпоративные нормы и механизмы саморегулирования в сфере СМИ. Система правоотношений по выпуску СМИ. Статус редакции. Устав редакции, его содержание, процедура принятия и утверждения.

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
Итого:		34	X	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
1	1	2		-	Кризис и распад прежней ценностно-нормативной системы, регулировавшей журналистику на идеологической основе. Компетенция Российской Федерации и ее субъектов в правовом регулировании деятельности организаций средств массовой информации
2	2	3		-	Ценностная природа категорий «профессиональное достоинство» и «профессиональная честь». Понятие свободы массовой информации.
3	3	4		-	Законодательные акты, регулирующие конфликтные ситуации между СМИ и гражданами и организациями. Разграничение понятий личная и частая жизнь. Понятие клевета: трудности интерпретации. Понятие средства массовой информации. Признаки СМИ: массовость, периодичность, распространяемость.
4	4	4		-	Нормы, которые регулируют профессионально-нравственные отношения журналиста с источником информации. Учреждение СМИ: статус учредителя, издателя СМИ и собственника СМИ
5	5	4		-	История становления и развития института Третейского суда в журналистской практике. Структурообразующий характер Закона РФ «О средствах массовой информации». Система субъектов, реализующих свободу массовой информации. Соотношение устава редакции и учредительных документов юридического лица. Ответственность за непринятие и (или) неутверждение устава редакции
Итого:		17	X	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	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	6	-	-	Профессиональная этика журналиста как наука и практическая проблема. Правовое содержание свободы массовой информации	Подготовка презентации Подготовка к выступлению с докладами
2	2	6	-	-	Ключевые понятия курса. О предмете профессиональной этики журналиста. Виды СМИ по российскому праву: государственные, местные, рекламные, электронные, печатные и др.	Подготовка презентации Подготовка к выступлению с докладами
3	3	6	-	-	Основные нормы и правила профессионально-этического поведения журналиста. Корпоративные нормы и механизмы саморегулирования в сфере СМИ. Система правоотношений по выпуску СМИ.	Подготовка к практической работе
4	4	6	-	-	Профессионально-нравственные отношения в журналистике. Статус редакции. Устав редакции, его содержание, процедура принятия и утверждения.	Подготовка презентации Подготовка к практической работе
5	5	6	-	-	Механизмы саморегулирования медиа пространства. Система законодательства о средствах массовой информации. Средства массовой информации как объект правового регулирования. Компетенция Российской Федерации и ее субъектов в правовом регулировании деятельности организаций средств массовой информации.	Подготовка презентации Подготовка к практической работе
6		27	13			Подготовка к экзамену ,

						выполнение контрольной работы
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		

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
3.1	Написание практических работ	20
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

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

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Прспект»;
- ЭБС «Консультант студент»,

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

Microsoft Office Professional Plus; Microsoft Windows; Справочно-правовая система "ГАРАНТ-Максимум аэро, ГАРАНТ-Классик+аэро. База знаний правового консалтинга".

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.

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