

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
 ФЕДЕРАЦИИ  
 федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
 образования  
 "САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
 АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 85

УТВЕРЖДАЮ  
 Руководитель направления

проф. д.э.н. проф.  
(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев  
(инициалы, фамилия)

«22» июня 2023 г  
(подпись)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Правовое регулирование в связях с общественностью и рекламе»  
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	42.03.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная

Санкт-Петербург – 2023


Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил(а)

доц., к.ю.н., доц.  22.06.2023 И.В. Тимофеева  
(уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 85  
 «22» июня 2023 г, протокол № 11

Заведующий кафедрой № 85

к.ю.н., доц.  А.А. Боср  
(уч. степень, звание) (инициалы, фамилия)

Ответственный за ОП ВО 42.03.01(02)

проф. д.э.н., проф. 22.06.2023 К.В. Лосев  
(должность, уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

доц., к.п.н., доц. 22.06.2023 И.М. Евдокимов  
(должность, уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

## Аннотация

Дисциплина «Правовое регулирование в связях с общественностью и рекламе» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере». Дисциплина реализуется кафедрой «№85».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

УК-10 «Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности»

ОПК-2 «Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах»

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»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с правовым регулированием в связях с общественностью и рекламе в Российской Федерации.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Язык обучения по дисциплине русский.

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

### 1.1. Цели преподавания дисциплины

Целью учебной дисциплины «Правовое регулирование в связях с общественностью и рекламе» является обучение студентов основам законодательства о связях с общественностью и рекламной деятельности в Российской Федерации, развитие умения пользоваться основными правовыми механизмами при организации связей с общественностью и рекламной деятельности.

В области воспитания личности целью подготовки по данной дисциплине является формирование социально-личностных и общекультурных компетенций, например, таких качеств, как высокий уровень правового и нравственного сознания, целеустремленность, организованность, трудолюбие, ответственность, гражданственность, коммуникативность, толерантность..

1.2. Дисциплина входит в состав обязательной части образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции	УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.3.1 знать действующие правовые нормы, обеспечивающие противодействие коррупции, проявлениям экстремизма и терроризма в различных областях жизнедеятельности; меры по профилактике коррупции, экстремизма, терроризма УК-10.У.1 уметь определять свою гражданскую позицию и формировать нетерпимое отношение к проявлениям коррупции, экстремизма и терроризма УК-10.В.1 владеть навыками противодействия проявлениям коррупции, экстремизма, терроризма в профессиональной деятельности
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.3.1 знать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.У.1 уметь учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или

		коммуникационных продуктов
Общепрофессиональные компетенции	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	ОПК-5.3.1 знать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

## 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Правовые основы профессиональной деятельности»,
- «Организация связей с общественностью».

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин:

- «Основы управления проектами в рекламе и в связях с общественностью».

## 3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№6
1	2	3
<b>Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)</b>	2/ 72	2/ 72
<b>Из них часов практической подготовки</b>		
<b>Аудиторные занятия, всего час.</b>	34	34
в том числе:		
лекции (Л), (час)	17	17
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	17	17
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)		
<b>Самостоятельная работа, всего (час)</b>	38	38
<b>Вид промежуточной аттестации:</b> зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Зачет	Зачет

Примечание: \*\* кандидатский экзамен

#### 4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.  
Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 6					
<p>Раздел 1. Основы российского права и применение нормативно-правовых актов в сфере связей с общественностью и рекламы.</p> <p>Тема 1.1. Информационная сфера как объект правового регулирования.</p> <p>Тема 1.2. Свобода слова и свобода массовой информации: история вопроса и современное состояние.</p> <p>Тема 1.3. Источники правового регулирования средств массовой информации. Российская и международная практика.</p> <p>Тема 1.4. Механизмы правовой охраны и защиты в сфере массовой информации (МИ).</p> <p>Тема 1.5. Предмет и основные принципы правового регулирования рекламной деятельности.</p> <p>Тема 1.6. Российское законодательство, регулирующее рекламную и информационную деятельность.</p> <p>Тема 1.7. Понятие, правовая основа и принципы противодействия коррупции. Формирование в обществе нетерпимости к коррупционному поведению как мера по профилактике коррупции.</p> <p>Тема 1.8. Экстремизм и терроризм – проблема современного мира. Профилактика проявлений экстремизма и терроризма среди молодежи.</p>	7	7			18
<p>Раздел 2. Организация связей с общественностью и рекламной деятельности в Российской Федерации: правовые аспекты.</p> <p>Тема 2.1. Связи с общественностью как объект правового регулирования.</p> <p>Тема 2.2. Реклама как объект правового регулирования.</p> <p>Тема 2.3. Правовой статус субъектов общественных связей и рекламной деятельности.</p> <p>Тема 2.4. Профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью.</p> <p>Тема 2.5. Требования к отдельным способам рекламирования.</p> <p>Тема 2.6. Саморегулирование в сфере связей с общественностью и рекламы.</p> <p>Тема 2.7. Правовое регулирование защиты</p>	10	10			20

прав потребителей в области рекламной деятельности. Тема 2.8. Правовая защита участников общественных связей и рекламной деятельности в суде.					
Итого в семестре:	17	17			38
Итого	17	17	0	0	38

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### 4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
<b>1</b>	<p><b>Раздел 1. Основы российского права и применение нормативно-правовых актов в сфере связей с общественностью и рекламы.</b></p> <p><b>Тема 1.1. Информационная сфера как объект правового регулирования.</b> Информация как объект правового регулирования. Субъекты и объекты информационных отношений. Нормативные источники, регулирующие информационную сферу. Конституционные права граждан в области информации. Международные стандарты в сфере доступа и использования информации. Международный обмен информационными данными. Формы и виды информации по законодательству РФ. Документированная информация. Недокументированная информация. Электронная информация. Достоверная информация, ложная или опасная информация. Информация как экономический ресурс, экономический товар, эффективное оружие. Информатизация и информационная безопасность. Правовая информация и иная информация. Открытая информация и информация ограниченного доступа (конфиденциальная). Виды информации, для которых запрещено вводить режим тайны. Юридическая защита конфиденциальной информации. Соотношение права на информацию и права на неприкосновенность частной жизни, защиту чести, достоинства и деловой репутации. Проблема «информационных войн» современности.</p> <p><b>Тема 1.2. Свобода слова и свобода массовой информации: история вопроса и современное состояние.</b></p>

Правовое содержание свободы массовой информации. Становление права на свободу мысли и слова за рубежом и в России. Конституционные гарантии свободы массовой информации. Значение и роль международно-правовой охраны свободы массовой информации (Окинавская Хартия глобального информационного общества). Независимость судебной власти как гарантия свободы массовой информации. Понятие цензуры. Правовые гарантии конституционного запрета цензуры. Самоцензура. Злоупотребление свободой массовой информации: понятие и виды. Кумулятивный принцип в институте ответственности за злоупотребление свободой массовой информации. Механизм возложения ответственности за злоупотребление свободой массовой информации. Судебная и административная практика по делам о злоупотреблении свободой массовой информации. Противоправное ущемление свободы массовой информации. Ответственность за ущемление свободы массовой информации. Право свободно искать, получать и передавать информацию. Право свободно производить информацию. Право свободно распространять информацию. Государственная тайна: порядок засекречивания и рассекречивания информации, составляющей государственную тайну. Проблема информационной безопасности Российской Федерации. Перечень сведений, отнесенных к государственной тайне. Правовые режимы тайна информации. Ответственность за нарушение правил конфиденциальной информации. Меры ответственности за нарушение правил конфиденциальной информации, особых правовых режимов информации, распространение ложной или опасной информации.

**Тема 1.3. Источники правового регулирования средств массовой информации. Российская и международная практика.**

Понятие и виды источников права. Правовое обеспечение рекламы и связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность связей с общественностью в России и за рубежом. Виды нормативно-правовых актов, регулирующих отношения в сфере связей с общественностью и рекламной деятельности. Конституция Российской Федерации: конституционные гарантии и конституционные ограничения в сфере связей с общественностью и рекламной деятельности. Федеральные законы РФ, регулирующие рыночные отношения в области конкуренции, добросовестной деловой практики, товарных

знаков, защиты прав потребителей, антимонопольной деятельности, рекламы и др. Закон о рекламе. Закон о СМИ. Закон о защите авторских прав. Закон о защите прав потребителей. Кодексы Международной Торговой палаты, регулирующие рекламную деятельность. Международный кодекс рекламной практики. Подзаконные нормативно-правовые акты, регулирующие рекламную деятельность и отношения в сфере связей с общественностью. Региональное и муниципальное регулирование рекламной деятельности. Локальные нормативно-правовые акты и цель локального нормотворчества. Судебная и арбитражная практика, ее место и роль в системе рекламного законодательства. Профессиональные кодексы этики, нравственные и социальные институты в сфере связей с общественностью рекламной деятельности. Российский рекламный кодекс. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. Традиции, общественные нормы, мораль, общественное мнение. Государственная информационная политика. Доктрина информационной безопасности 2016 г. Феномен полинормативности в регулировании сферы СМИ. Соотношение правовых, корпоративных и этических норм в сфере СМИ. Право массовой информации в системе российского права и законодательства. Соотношение права СМИ и информационного права. Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г., его основные положения и структурообразующий характер. Информационное законодательство РФ в целом, акты гражданского, административного, уголовного, трудового, процессуального законодательства, содержащие отдельные информационно-правовые нормы. Региональное законодательство о СМИ. Проблемы совершенствования законодательства в сфере связей с общественностью и рекламы. Особенности зарубежного законодательства о СМИ.

#### **Тема 1.4. Механизмы правовой охраны и защиты в сфере массовой информации (МИ).**

Охрана интеллектуальной собственности в сфере МИ. Основные тенденции развития авторского права в данной сфере. Соотношение понятий «информация», «массовая информация» и «произведение». Субъекты и объекты авторского права. Право использования произведения. Авторский договор. Знак охраны авторского права и его



правовое значение. Сроки действия авторского права. Особенности правового режима служебных произведений в сфере МИ. Периодические печатные издания в целом как объект авторского права. Права организаций эфирного и кабельного вещания. Понятие чести и достоинства. Субъекты права на защиту чести и достоинства. Проблемы, связанные с защитой деловой репутации юридических лиц. Право на опровержение и порядок его реализации. Внесудебное урегулирование споров об опровержении и праве на ответ. Основания освобождения редакции СМИ от ответственности. Проблема разграничения «сведений» и «мнений» в материалах СМИ. Право на ответ. Основные формы злоупотребления правами журналиста и мера ответственности. Правовая защита интересов меньшинств и других идентифицируемых групп.

#### **Тема 1.5. Предмет и основные принципы правового регулирования рекламной деятельности.**

Характеристика развития источников права рекламного дела в древнем мире, в средние века и новое время. Современное законодательство о рекламе зарубежных стран. Особенности формирования средств рекламной деятельности и их правового регулирования в РФ. Понятие, сущность и юридические признаки рекламы. Понятие и виды участников (субъектов) рекламной деятельности, их классификация: рекламодатели, рекламопроизводители и рекламораспространители. Особенности выстраивания коммуникации между основными участниками рекламной деятельности. Законодательство, регулирующее правовое положение и организационно-правовые формы субъектов рекламной деятельности. Гражданское и международное право и их роль в правовом регулировании рекламной и информационной деятельности. Отношения, регулируемые законодательством о рекламе. Необходимость и цели законодательного регулирования производства, размещения и распространения рекламы. Сфера законодательного регулирования торговой рекламы и случаи ее ограничения. Основные положения международного кодекса рекламной практики.

#### **Тема 1.6. Российское законодательство, регулирующее рекламную и информационную деятельность.**

Федеральный Закон РФ «О рекламе» и его значение в регулировании рекламной деятельности. Цели и сфера применения Закона РФ «О рекламе», его основные положения. Общие и специальные требования к рекламе.

Виды ненадлежащей рекламы. Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Характеристика нормативно-правовых актов, регулирующих рекламно-информационную деятельность в России. Правовое регулирование отдельных видов рекламы. Правовое регулирование различных способов распространения рекламы: в периодических печатных изданиях, в радиопрограммах и радиопередачах, распространяемая при кино и видео обслуживании, размещаемая на почтовых отправлениях, через Интернет. Правовое регулирование рекламирования отдельных видов товаров: алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, продукции военного назначения и оружия, ценных бумаг, услуг по заключению договоров ренты, банковских, страховых и иных финансовых услуг.

**Тема 1.7. Понятие, правовая основа и принципы противодействия коррупции. Формирование в обществе нетерпимости к коррупционному поведению как мера по профилактике коррупции.**

Понятие коррупции, ее сущность и содержание. Распространенность и общественная опасность коррупции. Понятие противодействия коррупции. Правовая основа противодействия коррупции. Основные принципы противодействия коррупции. Основные принципы Национальной стратегии противодействия коррупции. Антикоррупционная деятельность государства как научно-обоснованная последовательная и системная деятельность. Деятельность органов государственной власти по противодействию коррупции. Международное сотрудничество РФ в области противодействия коррупции. Деятельность институтов гражданского общества, организаций и физических лиц по профилактике коррупции. Развитие института общественного контроля за соблюдением антикоррупционного законодательства РФ. Механизмы общественного контроля за деятельностью государственных и муниципальных органов. Взаимодействие граждан и институтов гражданского общества с правоохранительными и иными государственными органами по вопросам противодействия коррупции. Виды мер по профилактике коррупции. Характеристика основных мер по профилактике коррупции.

	<p><b>Тема 1.8. Экстремизм и терроризм – проблема современного мира. Профилактика проявлений экстремизма и терроризма среди молодежи.</b></p> <p>Экстремизм – угроза для всего человечества. Экстремизм и его виды. Ответственность за экстремистскую деятельность. Терроризм. Портрет экстремиста – террориста. Способы вербовки и как не стать жертвой.</p> <p>Законодательная основа защиты личности, общества, государства от экстремизма в России. Формы профилактики экстремизма в образовательной организации. Особенности профилактической работы среди молодежи. Факторы экстремизма в молодежной среде. Цель профилактической работы – предупреждение фактов терроризма и экстремизма.</p>
2	<p><b>Раздел 2. Организация связей с общественностью и рекламной деятельности в Российской Федерации: правовые аспекты.</b></p> <p><b>Тема 2.1. Связи с общественностью как объект правового регулирования.</b></p> <p>Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью, его особенности. Правовое регулирование и саморегулирование. Законодательная база правового регулирования: ГК РФ, ТК РФ. Закон о СМИ. Закон о защите прав потребителей. Закон о рекламе. Отраслевые законодательные акты</p> <p><b>Тема 2.2. Реклама как объект правового регулирования.</b></p> <p>История возникновения и развития рекламы. Устная реклама. Письменная реклама. Клеймо. «Знаковая» реклама. Печатная реклама. Воздействие рекламы на рынок. Цели рекламы. Классификация и функции рекламы. Виды рекламы (потребительская, деловая; коммерческая и некоммерческая; социальная, политическая; зарубежная, общенациональная, региональная, местная, внутрифирменная; рациональная, эмоциональная;). Понятие рекламы (экономический и юридический аспект). Общие и специальные требования к рекламе. Краткая характеристика закона о рекламе. Правовое обеспечение рекламы. Несколько доказательств того, что реклама необходима в современном мире. Теория AIDA (Attention, Interest, Desire, Action – Внимание, Интерес, Желание, Действие). Образы несовершеннолетних в рекламе. Защита несовершеннолетних в рекламе. Спонсорская реклама.</p>

Социальная реклама. Политическая реклама.

**Тема 2.3. Правовой статус субъектов общественных связей и рекламной деятельности.**

Субъекты общественных связей и рекламной деятельности: понятие и виды. Классификация субъектов рекламной деятельности. Физические и юридические лица как субъекты правоотношений. Правоспособность и дееспособность физического лица. Ограничение и лишение дееспособности. Дееспособность малолетних и несовершеннолетних в соответствии по российскому законодательству. Физические лица (российские и иностранные граждане, лица без гражданства) и их правовой статус как изготовителей и распространителей рекламы в процессе рекламной деятельности и субъектов связей с общественностью.

**Тема 2.4. Профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью.**

Сферы деятельности специалиста по связям с общественностью. Функции специалиста по связям с общественностью. Должностные инструкции руководителей, специалистов и других служащих в области связей с общественностью. Кодексы профессиональных стандартов: национальные кодексы, кодекс международных ассоциаций по связям с общественностью, российский кодекс. Основные положения Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.

**Тема 2.5. Требования к отдельным способам рекламирования.**

Основные способы телерекламы. Понятие прерывания телепрограммы или телепередачи рекламой. Совмещение рекламы с телепрограммой. Общие и специальные правила распространения телерекламы. Случаи запрета рекламы в телепередачах. Особый порядок распространения спонсорской рекламы. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах. Радиопередачи, которые запрещено прерывать рекламой. Правила для спонсорской рекламы в радиопередачах. Требования к рекламе при радиотрансляции спортивных соревнований. Требования к рекламе в радиопрограммах, зарегистрированных в качестве средств массовой информации, специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера. Ограничение уровня звука в радиорекламе. Случаи, когда в Российской Федерации распространение рекламы в радиопрограммах не

допускается. Основные требования к размещению текста рекламы в периодических печатных изданиях. Понятие наружной рекламы и рекламных конструкций. Разграничение полномочий Российской Федерации, ее субъектов и органами местного самоуправления при осуществлении законодательного регулирования рекламной деятельности. Транспортные средства, на которых запрещается размещение рекламы. Порядок рассмотрения дел о нарушении законодательства о рекламе.

#### **Тема 2.6. Саморегулирование в сфере связей с общественностью и рекламы.**

Основные принципы и механизмы государственного регулирования связей с общественностью рекламной деятельности. Роль антимонопольных органов в регулировании рекламной деятельности и их полномочия. Налоговое регулирование рекламной деятельности. Понятие и виды юридической ответственности в сфере рекламы и связи с общественностью. Административная ответственность за правонарушения в сфере рекламы. Гражданско-правовая ответственность в сфере рекламы. Иные виды ответственности за правонарушения в сфере рекламы. Понятие, признаки саморегулируемой организации в сфере рекламы и значение саморегулирования. Саморегулируемые организации в сфере рекламной деятельности в России и их права. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО): структура, основные направления деятельности.

#### **Тема 2.7. Правовое регулирование защиты прав потребителей в области рекламной деятельности.**

Законодательство о защите прав потребителей. Права потребителя. Государственная и общественная защита прав потребителей. Понятие и виды юридической ответственности в сфере рекламы. Ответственность за нарушение прав потребителей.

#### **Тема 2.8. Правовая защита участников рекламной деятельности и общественных связей в суде.**

Система судебных органов в регулировании рекламной деятельности. Общая характеристика порядка рассмотрения и разрешения споров в сфере рекламы. Подведомственность и подсудность споров, возникших в результате осуществления общественных связей и рекламной деятельности. Судебные органы Российской Федерации:

	система и принципы рассмотрения дел. Виды судебных инстанций. Суды общей юрисдикции: система, компетенция. Арбитражные суды: система, компетенция. Третейские суды: система, компетенция.
--	---

#### 4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 6					
1	Тема 1.1. Информационная сфера как объект правового регулирования.	мозговой штурм, групповые дискуссии, психологический тренинг	1		1
2	Тема 1.2. Свобода слова и свобода массовой информации: история вопроса и современное состояние.	мозговой штурм, групповые дискуссии, психологический тренинг			1
3	Тема 1.3. Источники правового регулирования средств массовой информации. Российская и международная практика.	мозговой штурм, групповые дискуссии, психологический тренинг	1		1
4	Тема 1.4. Механизмы правовой охраны и защиты в сфере массовой информации (МИ).	решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, групповые дискуссии	1		1
5	Тема 1.5. Предмет и основные принципы правового регулирования рекламной деятельности.	решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, групповые дискуссии	1		1
6	Тема 1.6. Российское	решение ситуационных задач,	1		1

	законодательство, регулирующее рекламную и информационную деятельность.	занятия по моделированию реальных условий, групповые дискуссии			
7	Тема 1.7. Понятие, правовая основа и принципы противодействия коррупции. Формирование в обществе нетерпимости к коррупционному поведению как мера по профилактике коррупции.	решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, групповые дискуссии	1		1
8	Тема 1.8. Экстремизм и терроризм – проблема современного мира. Профилактика проявлений экстремизма и терроризма среди молодежи.	решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, групповые дискуссии	1		1
9	Тема 2.1. Связи с общественностью как объект правового регулирования.	решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, групповые дискуссии, деловая игра	1		2
10	Тема 2.2. Реклама как объект правового регулирования.	решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, групповые дискуссии, деловая игра	1		2
11	Тема 2.3. Правовой статус субъектов общественных связей и рекламной деятельности.	решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, групповые дискуссии	2		2
12	Тема 2.4. Профессиональные требования к специалисту по	решение ситуационных задач, занятия по моделированию	1		2

	связям с общественностью.	реальных условий, групповые дискуссии, игровое проектирование			
13	Тема 2.5. Требования к отдельным способам рекламирования.	решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, групповые дискуссии	1		2
14	Тема 2.6. Саморегулирование в сфере связей с общественностью и рекламы.	решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, групповые дискуссии, деловая игра	1		2
15	Тема 2.7. Правовое регулирование защиты прав потребителей в области рекламной деятельности.	решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, групповые дискуссии	1		2
16	Тема 2.8. Правовая защита участников общественных связей и рекламной деятельности в суде	решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, групповые дискуссии	2		2
Всего			17		

#### 4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

#### 4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

#### 4.6. Самостоятельная работа обучающихся



Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 6, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	10	10
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	15	15
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	13	13
Всего:	38	38

#### 5. Перечень учебно-методического обеспечения

для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

#### 6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
<a href="https://znanium.com/catalog/document?pid=1844283">https://znanium.com/catalog/document?pid=1844283</a>	Рекламная деятельность : учебник / под ред. В.Д. Секерина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 282 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс].— (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005684-5. - Текст : электронный.	
<a href="https://e.lanbook.com/book/247094">https://e.lanbook.com/book/247094</a>	Арзуманян А. Б. Правовое регулирование рекламы в России и за рубежом: Учебное пособие. Издательство Южный федеральный университет, 2021. 116 с.	
<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=367508">https://znanium.com/catalog/document?id=367508</a>	Богацкая С.Г. Правовое регулирование рекламной	

	деятельности. Издательство: Университетская книга, 2020. 368 с.	
<a href="https://znanium.com/catalog/document?pid=1089703">https://znanium.com/catalog/document?pid=1089703</a>	Гражданское право : учебник : в 2 томах. Том 2 / под общ. ред. М. В. Карпычева, А. М. Хужина. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. — 559 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-8199-0749-8. - Текст : электронный	
<a href="https://e.lanbook.com/book/123014">https://e.lanbook.com/book/123014</a>	Панкеев И.А. Правовое регулирование СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов. Издательство "Аспект Пресс", 2019. 376 с.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/993597">https://znanium.com/catalog/product/993597</a>	Варакута, С. А. Связи с общественностью : учебное пособие / С. А. Варакута. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003443-0. - Текст : электронный.	
<a href="https://znanium.com/catalog/document?pid=1010521">https://znanium.com/catalog/document?pid=1010521</a>	Ершова, И. В. Саморегулирование предпринимательской и профессиональной деятельности: единство и дифференциация: Монография / И.В. Ершова; Отв. ред. И.В. Ершова. - М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 256 с. - ISBN 978-5-91768-577-9. - Текст : электронный	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1006950">https://znanium.com/catalog/product/1006950</a>	Кирпичев, А. Е. Предпринимательское право: Курс лекций / Кирпичев А.Е., Кондратьев В.А. - Москва :РГУП, 2017. - 148 с.: ISBN 978-5-93916-624-9. - Текст : электронный.	

#### 7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
<a href="http://www.kremlin.ru">http://www.kremlin.ru</a>	Президент Российской Федерации
<a href="http://www.duma.ru">http://www.duma.ru</a>	Федеральное собрание Российской Федерации
<a href="http://government.ru">http://government.ru</a>	Правительство Российской Федерации
<a href="http://www.sydrf.ru">http://www.sydrf.ru</a>	Суды Российской Федерации
<a href="http://fas.gov.ru">http://fas.gov.ru</a>	Федеральная антимонопольная служба

## 8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1	Операционная система Microsoft Windows Professional 8 Russian, номер лицензии 62047569
2	Офис Microsoft Office Plus 2013 Russian, номер лицензии 61351237

8.2. Перечень информационно-справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	Консультант Плюс Правовые ресурсы
2	ЭБС ZNANIUM
3	ЭБС издательства ЛАНЬ

## 9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы
1	<b>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа</b> – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).
2	<b>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа</b> - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.
3	<b>Помещение для самостоятельной работы</b> – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.
4	<b>Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации</b> - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

## 10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Зачет	Список вопросов; Тесты; Задачи.

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал;</li> <li>– уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li> <li>– опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления;</li> <li>– умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;</li> <li>– делает выводы и обобщения;</li> <li>– свободно владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы;</li> <li>– не допускает существенных неточностей;</li> <li>– увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления;</li> <li>– аргументирует научные положения;</li> <li>– делает выводы и обобщения;</li> <li>– владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы;</li> <li>– допускает несущественные ошибки и неточности;</li> <li>– испытывает затруднения в практическом применении знаний направления;</li> <li>– слабо аргументирует научные положения;</li> <li>– затрудняется в формулировании выводов и обобщений;</li> <li>– частично владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся не усвоил значительной части программного материала;</li> <li>– допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении;</li> <li>– испытывает трудности в практическом применении знаний;</li> <li>– не может аргументировать научные положения;</li> <li>– не формулирует выводов и обобщений.</li> </ul>

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
1.	Что такое коррупция?	УК-10.3.1
2.	Что такое экстремизм?	УК-10.3.1
3.	Какой ответственности подлежит экстремистская деятельность?	УК-10.3.1
4.	Какими и нормативно-правовыми актами может регулироваться борьба с экстремизмом в РФ?	УК-10.3.1
5.	Что такое терроризм?	УК-10.3.1
6.	Какими законодательными и нормативными актами может регулироваться порядок противодействия коррупции в РФ в отношении государственных служащих.	УК-10.3.1
7.	Какие существуют способы формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению.	УК-10.3.1
8.	Имеет ли право государственный служащий публично высказываться, в том числе в СМИ и давать оценки либо высказывать свои суждения.	УК-10.3.1
9.	Имеет ли право государственный служащий быть совместителем в ином учреждении.	УК-10.3.1
10.	В какой форме уведомляются госслужащие о возникшем конфликте интересов.	УК-10.3.1
11.	Имеет ли государственный служащий обязанность представлять отчет о своих расходах.	УК-10.3.1
12.	Имеет ли государственный служащий обязанность предоставлять сведения о доходах своих членов семьи.	УК-10.3.1
13.	Имеет ли право государственный служащий принимать почетные звания от иностранных государств или международных организаций.	УК-10.3.1
14.	Что такое конфликт интересов для государственного служащего.	УК-10.3.1
15.	В какое время государственным гражданским служащим нужно предоставить сведения о доходах, имуществе и обязательствах имущественного характера.	УК-10.3.1
16.	Какие государственные органы, классифицирующиеся по территориальному признаку, наделены полномочиями по борьбе с коррупцией.	УК-10.3.1
17.	Какой вид сделок в соответствии с действующим законодательством учитываются при определении обязанности гражданского служащего представлять сведения о расходах.	УК-10.3.1
18.	Что такое «профилактика коррупции»?	УК-10.3.1
19.	Каковы негативные последствия коррупционного поведения.	УК-10.3.1
20.	Какие действия должен предпринять муниципальный служащий в случае попытки склонения его к совершению коррупционного или иного правонарушения.	УК-10.3.1
21.	Предусмотрена ли ответственность за ложное сообщение о факте коррупции должностного лица органов местного	УК-10.3.1

	самоуправления.	
22.	На кого возложены основные полномочия по координации и контролю в сфере противодействия коррупции.	УК-10.3.1
23.	В каком случае лицо, которое дало взятку, освобождается от уголовной ответственности.	УК-10.3.1
24.	Кем определяются основные направления государственной политики в области противодействия коррупции.	УК-10.3.1
25.	Каким актом был утвержден Национальный план противодействия коррупции.	УК-10.3.1
26.	Относится ли к запретам, предусмотренным нормами ФЗ №79, запрет на совместную работу родственников.	УК-10.3.1
27.	Что устанавливает антикоррупционный стандарт.	УК-10.3.1
28.	В каких формах проявляется коррупционное поведение.	УК-10.3.1
29.	Каков минимальный размер крупной взятки.	УК-10.3.1
30.	Что такое взятка?	УК-10.3.1
31.	Какая юридическая ответственность предусмотрена за дачу взятки.	УК-10.3.1
32.	Чем взятка отличается от коммерческого подкупа.	УК-10.3.1
33.	Подлежит ли уголовной ответственности посредник при даче взятки.	УК-10.3.1
34.	Какие существуют меры по противодействию коррупции.	УК-10.3.1
35.	Определите свою гражданскую позицию к возможности государственного служащего публично высказываться, в том числе в СМИ.	УК-10.У.1
36.	Оцените обязанность государственного служащего предоставлять сведения о доходах членов семьи со своей гражданской позиции?	УК-10.У.1
37.	Со своей гражданской позиции определите наиболее опасные формы коррупционного поведения.	УК-10.У.1
38.	Исходя из своей гражданской позиции, определите наиболее эффективные меры формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению.	УК-10.У.1
39.	Исходя из положений нормативно-правовых актов, сформулируйте меры по противодействию коррупции.	УК-10.В.1
40.	Определите, истинно ли суждение «Основные полномочия по определению особенностей соблюдения ограничений, запретов и требований, исполнения обязанностей, установленных в целях противодействия коррупции возложены на Федеральное антикоррупционное агентство».	УК-10.В.1
41.	Что такое информация?	ОПК-2.3.1
42.	Перечислите нормативные источники, регулирующие информационную сферу.	ОПК-2.3.1
43.	Перечислите субъекты и объекты информационных отношений.	ОПК-2.3.1
44.	Оцените значимость международных стандартов в сфере доступа и использования информации.	ОПК-2.У.1
45.	Охарактеризуйте формы и виды информации по законодательству РФ.	ОПК-2.3.1
46.	Оцените историю становления права на свободу мысли и слова за рубежом и в России.	ОПК-2.У.1
47.	Выявите значение и роль международно-правовой охраны свободы массовой информации.	ОПК-2.У.1

48.	Сформулируйте выводы, исходя из судебной и административной практики по делам о злоупотреблении свободой массовой информации.	ОПК-2.У.1
49.	Каковы меры ответственности за нарушение правил конфиденциальной информации, особых правовых режимов информации, распространение ложной или опасной информации.	ОПК-2.3.1
50.	Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие отношения в сфере связей с общественностью и рекламной деятельности.	ОПК-2.3.1
51.	Охарактеризуйте профессиональные кодексы этики, нравственные и социальные институты в сфере связей с общественностью рекламной деятельности.	ОПК-5.3.1
52.	Дайте характеристику российскому кодексу профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.	ОПК-5.3.1
53.	Соотнесите правовые, корпоративные и этические нормы в сфере СМИ.	ОПК-5.3.1
54.	Сформулируйте основания освобождения редакции СМИ от ответственности.	ОПК-2.3.1
55.	Определите необходимость и цель законодательного регулирования производства, размещения и распространения рекламы.	ОПК-2.3.1
56.	Охарактеризуйте Федеральный Закон «О рекламе» и сформулируйте его значение в регулировании рекламной деятельности.	ОПК-2.3.1
57.	Дайте характеристику нормативно-правовых актов, регулирующих рекламно-информационную деятельность в России.	ОПК-2.3.1
58.	Перечислите способы распространения рекламы.	ОПК-2.3.1
59.	Охарактеризуйте специальные требования рекламирования отдельных видов товаров: алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, продукции военного назначения и оружия, ценных бумаг, услуг по заключению договоров ренты, банковских, страховых и иных финансовых услуг.	ОПК-2.3.1
60.	Что такое реклама? Перечислите общие и специальные требования к рекламе.	ОПК-2.3.1
61.	Охарактеризуйте виды рекламы (потребительская, деловая; коммерческая и некоммерческая; социальная, политическая; зарубежная, общенациональная, региональная, местная, внутрифирменная; рациональная, эмоциональная).	ОПК-5.3.1
62.	Дайте определение и назовите виды субъектов общественных связей и рекламной деятельности.	ОПК-2.3.1
63.	Дайте характеристику и назовите основные положения кодексов профессиональных стандартов: национальные кодексы, кодекс международных ассоциаций по связям с общественностью, российский кодекс.	ОПК-2.3.1
64.	Каковы разграничения полномочий Российской Федерации, ее субъектов и органами местного самоуправления при	ОПК-2.3.1

	осуществлении законодательного регулирования рекламной деятельности?	
65.	Перечислите общие и специальные правила распространения телерекламы.	ОПК-2.3.1
66.	Перечислите основные требования к размещению текста рекламы в периодических печатных изданиях.	ОПК-2.3.1
67.	Перечислите виды юридической ответственности в сфере рекламы и связи с общественностью и охарактеризуйте каждую из них.	ОПК-2.3.1
68.	Оцените роль антимонопольных органов в регулировании рекламной деятельности и перечислите их полномочия.	ОПК-2.У.1
69.	Что такое саморегулируемая организация в сфере рекламы? Перечислите признаки саморегулируемой организации.	ОПК-2.3.1
70.	Оцените значение саморегулируемой организации в сфере рекламы.	ОПК-2.У.1
71.	В чем заключается государственная и общественная защита прав потребителей в рекламной деятельности?	ОПК-2.3.1
72.	Какие суды входят в систему судебных органов в регулировании споров участников общественных связей и рекламной деятельности?	ОПК-2.3.1
73.	Определите порядок рассмотрения и разрешения споров в сфере общественных связей и рекламы.	ОПК-2.У.1

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
1.	<b>При совмещении рекламы с телепрограммой способом «бегущей строки» или иным способом ее наложения на кадр транслируемой телепрограммы реклама не должна:</b> А) занимать более чем пять % площади кадра; <b>Б) занимать более чем семь % площади кадра;</b> В) накладываться на надписи разъясняющего характера; Г) накладываться на субтитры.	ОПК-2.У.1
2.	<b>Допускается прерывать рекламой:</b> <b>А) художественные фильмы;</b> Б) религиозные телепередачи; В) агитационные материалы; Г) телепередачи продолжительностью менее чем 15 минут.	ОПК-2.У.1
3.	<b>В детских и образовательных радиопередачах, продолжительность которых составляет не менее чем 25 минут, допускается распространение рекламы:</b>	ОПК-2.У.1



	<p><i>А) в начале и перед окончанием продолжительностью по одной с половиной минуты;</i></p> <p>Б) в начале и перед окончанием продолжительностью по одной минуте;</p> <p>В) в начале и перед окончанием продолжительностью по три минуте;</p> <p>Г) в начале и перед окончанием продолжительностью по две с половиной минуты.</p>	
4.	<p><b>Объем рекламы в периодических печатных изданиях должен составлять:</b></p> <p>А) не более чем 20% объема одной страницы такого издания;</p> <p>Б) не более чем 20% объема одного номера такого издания;</p> <p>В) не более чем 40% объема одной страницы такого издания;</p> <p><i>Г) не более чем 40% объема одного номера такого издания.</i></p>	ОПК-2.У.1
5.	<p><b>Не допускается реклама:</b></p> <p>А) в середине демонстрации фильма при кино и видео обслуживании;</p> <p>Б) в телепрограммах и телепередачах;</p> <p><i>В) с использованием транспортных средств в качестве передвижных рекламных конструкций;</i></p> <p>Г) в периодических печатных изданиях;</p> <p>Д) с помощью рекламных конструкций.</p>	ОПК-2.У.1
6.	<p><b>К заявлению владельца рекламной конструкции о разрешении на установку рекламной конструкции прилагаются в обязательном порядке:</b></p> <p><i>А) данные о заявителе;</i></p> <p>Б) сведения, которые относятся к содержанию рекламы;</p> <p><i>В) подтверждение согласия данного собственника в письменной форме;</i></p> <p>Г) плату за подготовку разрешения.</p>	ОПК-2.У.1
7.	<p><b>Временными рекламными конструкциями признаются рекламные конструкции, срок размещения которых составляет:</b></p> <p>А) не более чем 6 месяцев;</p> <p><i>Б) не более чем 12 месяцев;</i></p> <p>В) не более чем 3 месяца;</p> <p>Г) не более чем 9 месяцев.</p>	ОПК-2.У.1
8.	<p><b>Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется:</b></p> <p><i>А) в форме аукциона или конкурса;</i></p> <p>Б) при помощи направления оферты;</p> <p>В) при помощи акцепта.</p>	ОПК-2.У.1
9.	<p><b>В случае принятия судом решения о принудительном осуществлении демонтажа рекламной конструкции на внешней стороне жилого дома, за счет какой стороны осуществляется демонтаж:</b></p> <p>А) владельца рекламной конструкции;</p> <p>Б) государственных и муниципальных органов;</p> <p>В) собственника жилого дома;</p> <p><i>Г) владельца рекламной конструкции и собственника жилого дома.</i></p>	ОПК-2.У.1
10.	<p><b>Распространение рекламы допускается:</b></p> <p>А) на почтовых отправлениях при наличии разрешения, выдаваемого федеральным органом исполнительной власти в области связи;</p> <p><i>Б) при использовании сетей электросвязей с применением средств</i></p>	ОПК-2.У.1

	<i>выбора или набора абонентского номера без участия человека;</i> В) по сетям электросвязи с использованием телефонной связи при условии предварительного согласия абонента на получение рекламы.	
11.	<b>Реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний, продолжительность которого должна составлять (если такая реклама не распространяется в радиопрограммах, телепрограммах и при кино и видео обслуживании):</b> А) не менее чем 1 процент рекламной площади; Б) не менее чем 3 процента рекламной площади; <b>В) не менее чем 5 процентов рекламной площади;</b> Г) не менее чем 7 процентов рекламной площади.	ОПК-2.У.1
12.	<b>Реклама гражданского оружия может размещаться:</b> А) на всех видах транспортных средств общего пользования; Б) с использованием технических средств (рекламных конструкций), монтируемых на крышах, элементах зданий и сооружений; В) в теле и радиопрограммах с 22 часов до 7 часов местного времени; <b>Г) в периодических специализированных печатных изданиях;</b>	ОПК-2.У.1
13.	<b>Реклама основанных на риске игр, пари не должна содержать указание:</b> А) на сроки розыгрышей призов в процессе проведения основанных на риске игр, пари; Б) на количество призов в розыгрыше в процессе проведения основанных на риске игр, пари; В) на источник информации об организаторе основанных на риске игр, пари, о правилах их проведения, о призовом фонде таких игр, пари, месте и порядке получения призов или выигрышей; <b>Г) на права и обязанности игроков.</b>	ОПК-2.У.1
14.	<b>Реклама, связанная с привлечением и использованием жилищным накопительным кооперативом (ЖНК) денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений может не содержать:</b> А) информацию о порядке покрытия членами ЖНК понесенных им убытков; Б) сведения о включении ЖНК в реестр ЖНК; <b>В) контактный телефон ЖНК для консультаций;</b> Г) адрес сайта в информационно-телекоммуникационной сети общего пользования (в т. ч. Интернет), на котором можно получить информацию о ЖНК.	ОПК-2.У.1
15.	<b>Допускается реклама:</b> А) ценных бумаг, предложение которых относится неограниченному кругу лиц; <b>Б) имущественных прав, не удостоверенных ценными бумагами;</b> В) биржевых облигаций до даты допуска их фондовой биржей к торгам в процессе размещения биржевых облигаций.	ОПК-2.У.1
16.	<b>16. Реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением, не должна содержать:</b> А) выражение благодарности физическими лицами, заключившими такие договоры; Б) утверждение о том, что заключение таких договоров имеет	ОПК-2.У.1

	<p>преимущества перед завещанием жилого помещения или иного имущества;</p> <p>В) утверждение о денежной выгоде при заключении таких договоров;</p> <p><b>Г) осуждение членов семьи и близких родственников потенциального потребителя таких услуг, якобы не заботящихся о нем.</b></p>	
17.	<p><b>Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна содержать:</b></p> <p>А) наименование лица, оказывающего такие услуги;</p> <p><b>Б) гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности;</b></p> <p>В) местонахождение лица, оказывающего такие услуги;</p> <p>Г) источник информации.</p>	ОПК-2.У.1
18.	<p><b>Рекламные надписи на информационно-указательном знаке, расположенном вдоль автомобильной дороги, выполняют на:</b></p> <p>А) белом фоне;</p> <p><b>Б) желтом фоне;</b></p> <p>В) синем (голубом) фоне.</p>	ОПК-2.У.1
19	<p><b>Размер рекламно-информационных знаков должен быть:</b></p> <p><b>А) 1200*1800 мм</b></p> <p>Б) 1300*1500 мм</p> <p>В) 1400*1600 мм</p>	ОПК-2.У.1
20.	<p><b>В какой орган необходимо предоставить документы для получения разрешения на установку рекламной конструкции:</b></p> <p>А) ФАТРИМ;</p> <p><b>Б) орган местного самоуправления;</b></p> <p>В) ГИБДД.</p>	ОПК-2.У.1
21.	<p><b>В случае признания недействительным разрешения на установку рекламной конструкции, ее владелец обязан осуществить демонтаж:</b></p> <p><b>А) в течение одного месяца;</b></p> <p>Б) в течение двух месяцев;</p> <p>В) в течение трех месяцев.</p>	ОПК-2.У.1
22.	<p><b>Решение об аннулировании разрешения на установку рекламной конструкции может быть обжаловано в суд:</b></p> <p>А) в течение одного месяца;</p> <p><b>Б) в течение трех месяцев;</b></p> <p>В) в течение шести месяцев.</p>	ОПК-2.У.1
23.	<p><b>Средства наружной рекламы не должны быть размещены:</b></p> <p>А) ближе 15 м от остановок маршрутных транспортных средств;</p> <p>Б) ближе 20 м от остановок маршрутных транспортных средств;</p> <p><b>В) ближе 25 м от остановок маршрутных транспортных средств.</b></p>	ОПК-2.У.1
24.	<p><b>Допускается ли размещение рекламы путем нанесения либо вкрапления, с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т.п. в поверхность автомобильных дорог?</b></p> <p>А) Да;</p> <p><b>Б) Нет.</b></p>	ОПК-2.У.1
25.	<p><b>Что является обязательным при установлении технических требований к наружной рекламе:</b></p>	ОПК-2.У.1

	А) Госстандарт; <b>Б) Технический регламент.</b>	
26.	Действие закона о рекламе распространяется на: а) политическую рекламу, в том числе предвыборную агитацию и агитацию по вопросам референдума; б) вывеску, извещающую о месте расположения буфета; в) размещенную на упаковке товара информацию о его изготовителе и экспортере; <b>г) транслируемые в СМИ результаты научных исследований свойств зубной пасты, доказывающие её преимущества перед другими пастами;</b> д) объявление в СМИ о переезде магазина в другое место.	ОПК-2.У.1
27.	Федеральный суд удовлетворил иск героя журналистского произведения к ОАО «Редакция газеты «Городские заблуждения». Компенсировать моральный вред будут: а) автор материала, который опорочил честь и достоинство гражданина; б) автор и учредитель издания (ОАО «Орфография»); <b>в) автор и редакция.</b>	ОПК-2.У.1
28.	Может ли исковое заявление о защите чести, достоинства и деловой репутации лица быть предъявлено к средству массовой информации (например, газете «Лесные вести»): <b>а) нет, потому что СМИ являются объектом, а не субъектом права. Иск может предъявляться организации, осуществляющей выпуск СМИ, если она зарегистрирована как юридическое лицо (например, ООО «Лесные вести»).</b> б) да, потому что перед законом все равны. в) да, потому что любое СМИ является полноценным субъектом права, и на него распространяются все гражданские права и обязанности.	ОПК-2.У.1
29.	Устав редакции газеты «Высшая истина» и Устав ОАО «Газета «Высшая истина»: а) один и тот же документ; <b>б) разные документы;</b> в) не являются документами.	ОПК-2.У.1
30.	Ограничить свободу массовой информации, изменив Закон РФ «О СМИ», вправе: а) депутаты Государственной думы РФ; б) Президент РФ; в) Правительство РФ; <b>г) никто из перечисленных.</b>	ОПК-2.У.1
31.	Периодическое печатное издание «Современное правоведение» было зарегистрировано в Санкт-Петербурге территориальным органом Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации было выдано 12.04.2021 года. Вследствие организационной неразберихи и недостаточности финансовых средств первый номер журнала «Современное правоведение» был выпущен в свет 14.04.2022 года. Регистрирующий орган обратился в суд с просьбой о признании свидетельства о регистрации недействительным. По мнению истца редакция журнала нарушила правило о годичном сроке в течении	ОПК-2.У.1

	<p>которого средство массовой информации должно выйти в свет (ст. 15 Закона РФ «О средствах массовой информации»).</p> <p>В отзыве на исковое заявление представитель учредителя не согласился с позицией регистрирующего органа, сославшись на абз. 7 ст. 8 Закона РФ «О средствах массовой информации», согласно которому учредитель сохраняет за собой право приступить к производству продукции в течение одного года со дня выдачи свидетельства о регистрации.</p> <p>1. Разрешите возникший спор.</p> <p>2. Существует ли коллизия между нормой абз. 7 ст.8 и правилом п. 2 ст.15 Закона РФ «О средствах массовой информации»?</p> <p>3. В праве ли редакция распространять журнал «Современное правоведение» на всей территории РФ или только на территории Санкт-Петербурга.</p>	
32.	<p>Известная певица Анна Разина обратилась с претензией к Газете «Желтая жизнь», потребовав возместить причиненный ей вред в размере 1 миллиона рублей. Как указала певица, журналист газеты, несмотря на возражения певицы, осуществлял ее фотографирование в спортивном зале и сауне Центра красоты имени Майкла Тайсона. Как заявила певица, в соответствии со статьей 4 и статьей 51 Закона о СМИ не допускается злоупотребление правами СМИ и журналиста. Газета «Желтая жизнь» указала на то, что журналист осуществлял фотографирование вне рамок служебного задания и во вне рабочее время. Кроме того, впоследствии в газете были опубликованы только те фотографии, на которых изображено более десятка посетителей спортивного зала, лишь одной из которых являлась певица.</p> <p>1. Подлежит ли претензия певицы удовлетворению?</p>	ОПК-2.У.1
33.	<p><b>Что такое коррупция?</b></p> <p>1) Необходимое условие для существования российского общества;</p> <p>2) Удобный формат решения вопросов;</p> <p>3) Окисление железа под действием кислорода воздуха, влаги и углекислого газа, сопровождающееся образованием на поверхности металла слоя ржавчины, состоящей главным образом из водной окиси железа;</p> <p>4) <i>Злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами.</i></p>	УК-10.В.1
34.	<p><b>Что входит в понятие «профилактика коррупции»:</b></p> <p>1) деятельность правоохранительных органов и органов государственной власти субъектов Российской Федерации в пределах их полномочий по предупреждению коррупции, в том числе по выявлению и последующему устранению причин коррупции;</p> <p>2) деятельность институтов гражданского общества, организаций и физических лиц по выявлению и последующему устранению причин коррупции;</p> <p>3) <i>деятельность федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, институтов гражданского общества, организаций и физических лиц в пределах их полномочий по</i></p>	УК-10.В.1

	<i>предупреждению коррупции, в том числе по выявлению и последующему устранению причин коррупции;</i> 4) деятельность федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления в пределах их полномочий по предупреждению коррупции, в том числе по выявлению и последующему устранению причин коррупции.	
35.	<b>Когда был утвержден Национальный план противодействия коррупции?</b> 1) В 2009 году; 2) <b>В 2010 году;</b> 3) В 2011 году.	УК-10.В.1
36.	<b>Кому поручено в соответствии с Национальным планом противодействия коррупции организовать в централизованном порядке переподготовку и повышение квалификации федеральных государственных служащих, в должностные обязанности которых входит участие в противодействии коррупции?</b> 1) <b>Правительству Российской Федерации, президиуму Совета при Президенте Российской Федерации по противодействию коррупции;</b> 2) Правительству Российской Федерации; 3) Министерству образования и науки Российской Федерации.	УК-10.В.1
37.	<b>В какое время государственный гражданским служащим нужно предоставить сведения о доходах, имуществе и обязательствах имущественного характера?</b> 1) не позднее 1 мая года, следующего за отчетным 2) <b>не позднее 30 апреля года, следующего за отчетным.</b>	УК-10.В.1
38.	<b>Кто обязан предоставлять сведения о своих доходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера, а также о доходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера своих супруги (супруга) и несовершеннолетних детей?</b> 1) <b>граждане, претендующие на замещение должностей государственной гражданской службы (далее – гражданская служба);</b> 2) граждане, претендующие на замещение должностей гражданской службы, включенных в перечни, установленные нормативными правовыми актами Российской Федерации.	УК-10.В.1
39.	<b>Что запрещается гражданскому служащему в связи с прохождением гражданской службы?</b> 1) <b>заниматься предпринимательской деятельностью лично или через доверенных лиц;</b> 2) заниматься предпринимательской деятельностью лично.	УК-10.В.1
40.	<b>Какая сумма денег признается крупным размером взятки (а также стоимость ценных бумаг, иного имущества или выгод имущественного характера):</b> 1) до 25 тысяч рублей; 2) от 25 до 150 тысяч рублей; 3) <b>от 150 тысяч рублей до 1 миллион рублей;</b> 4) превышающие 1 миллион рублей.	УК-10.В.1
41.	<b>Когда происходит непринятие гражданским служащим, который является стороной конфликта интересов, мер по предотвращению или урегулированию конфликта интересов, то это является:</b> 1) несоблюдением требований к служебному поведению, влекущим наложение дисциплинарного взыскания; 2) <b>правонарушением, влекущим увольнение гражданского служащего с гражданской службы;</b> 3) несоблюдением обязанностей, установленных в целях противодействия коррупции, влекущим наложение дисциплинарного взыскания.	УК-10.В.1
42.	<b>Какие из данных правонарушений являются коррупционными:</b> 1) злоупотребление служебным положением; 2) дача взятки, получение взятки, посредничество во взяточничестве;	УК-10.В.1

	<p>3) злоупотребление полномочиями;</p> <p>4) коммерческий подкуп;</p> <p><b>5) все выше указанные.</b></p>	
43.	<p><b>Есть ли такое право у представителя нанимателя – снять с гражданского служащего взыскание за коррупционное правонарушение до истечения одного года со дня применения дисциплинарного взыскания?</b></p> <p>1) да, при условии добросовестного и эффективного исполнения гражданским служащим своих должностных обязанностей;</p> <p>2) да, по ходатайству непосредственного руководителя государственного гражданского служащего;</p> <p><b>3) законом такое право представителя нанимателя не предусмотрено.</b></p>	УК-10.В.1
44.	<p><b>Какое из данных утверждений является правильным?</b></p> <p>1) Противодействие коррупции в РФ осуществляют федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, институты гражданского общества, организации и физические лица;</p> <p><b>2) Противодействие коррупции в РФ осуществляют федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, институты гражданского общества, организации и физические лица в пределах своих полномочий;</b></p> <p>3) Противодействие коррупции в РФ осуществляют аудиторские организации, в пределах полномочий, предоставленных им внутренними регламентами аудиторских объединений.</p>	УК-10.В.1
45.	<p><b>Кто утвердил Национальный план противодействия коррупции?</b></p> <p>1) Федеральным законом;</p> <p><b>2) Указом Президента РФ;</b></p> <p>3) Постановлением Правительства РФ.</p>	УК-10.В.1
46.	<p><b>В каких ситуациях гражданский служащий должен представить сведения о расходах?</b></p> <p>1) в случае, если общая сумма по каждой сделке, совершенной гражданским служащим, его супругой (супругом) и (или) несовершеннолетними детьми в течение календарного года, предшествующего году представления сведений, превышает общий доход данного лица и его супруги (супруга) за два последних года, предшествующих отчетному периоду;</p> <p><b>2) в случае, если общая сумма по каждой сделке, совершенной гражданским служащим, его супругой (супругом) и (или) несовершеннолетними детьми в течение календарного года, предшествующего году представления сведений, превышает общий доход данного лица и его супруги (супруга) за три последних года, предшествующих отчетному периоду;</b></p> <p>3) в случае, если общая сумма по каждой сделке, совершенной гражданским служащим, его супругой (супругом) и (или) несовершеннолетними детьми в течение календарного года, предшествующего году представления сведений, превышает общий доход данного лица и его супруги (супруга) за три последних года, включая отчетный период.</p>	УК-10.В.1
47.	<p><b>Какая форма предусмотрена для уведомления госслужащим о возникшем конфликте интересов или о возможности его возникновения?</b></p> <p>1) в письменной форме;</p> <p>2) в устной форме;</p> <p>3) не имеет значения.</p>	УК-10.В.1
48.	<p><b>Выберите, какими законодательными и нормативными актами регулируется порядок противодействия коррупции в РФ в отношении государственных служащих:</b></p> <p>1) только нормами ФЗ №273 «О противодействии коррупции»;</p> <p>2) только нормами ФЗ №273 «О противодействии коррупции» и ФЗ №79 «О государственной гражданской службе»;</p>	УК-10.В.1

	<b>3) всеми перечисленными нормами: ФЗ №273 «О противодействии коррупции» и ФЗ №79 «О государственной гражданской службе», актами субъектов РФ.</b>	
49.	<b>Определите ситуации, при которых госслужащий имеет право участвовать в управлении некоммерческой организации:</b> 1) при избрании единоличным исполнительным органом; <b>2) в качестве представителя учредителя, коим выступает субъект Российской Федерации, имеющий долю в уставном капитале;</b> 3) при вхождении в коллегиальный орган управления.	УК-10.В.1
50.	<b>Отметьте, в какой ситуации госслужащий может принять подарок в ходе выполнения своих должностных обязанностей:</b> 1) если стоимость подарка не превышает 3 тысяч рублей; 2) если подарок выражается в оказании услуг, оплате транспортных расходов, к примеру; <b>3) если подарок вручен на официальном мероприятии.</b>	УК-10.В.1
51.	<b>Есть ли у госслужащего право принимать почетные звания от иностранных государств или международных организаций:</b> 1) Да, имеет право; 2) Нет, не имеет права; <b>3) Имеет право только с разрешения представителя нанимателя.</b>	УК-10.В.1
52.	<b>Есть ли у госслужащего право заниматься оплачиваемой деятельностью, помимо государственной службы:</b> 1) Нет, не имеет; 2) Да, имеет право; <b>3) Да, имеет право с разрешения представителя нанимателя.</b>	УК-10.В.1
53.	<b>Есть ли у госслужащего право открыть счет на члена семьи в банке за пределами Российской Федерации:</b> 1) Нет, не может ни при каких обстоятельствах; 2) Да может, но тайно; <b>3) Да, может, если жена проживает за границей, а служащий представляет интересы государства.</b>	УК-10.В.1
54.	<b>Есть ли у госслужащего право после увольнения заниматься трудовой деятельностью в организациях, которые курировались им в ходе выполнения должностных обязанностей:</b> 1) Нет, не имеет права, ни при каких обстоятельствах; <b>2) Имеет, только с согласия специальной комиссии;</b> 3) Имеет, если среднемесячная заработная плата не превышает 100 тысяч рублей.	УК-10.В.1
55.	<b>Выберите случай, при котором госслужащий может быть исключен из реестра, уволенных лиц:</b> 1) по истечении 3-х лет; <b>2) при отмене акта, на основании которого данные гражданина были включены в реестр;</b> 3) по окончании срока, который предусмотрен для разглашенных данных в качестве государственной тайны.	УК-10.В.1
56.	<b>Определите, возможно ли такая ситуация, что родственники жены госслужащего работают с зятем в одном учреждении, относящимся к государственному органу:</b> 1) Нет, не могут ни при каких обстоятельствах; 2) Да, могут, так как они родственники по свойству и не являются близкими; <b>3) Да, могут, если не являются подчиненными либо же подконтрольными друг другу;</b>	УК-10.В.1
57.	<b>Есть ли у госслужащего право публично высказываться, в том числе в СМИ и давать оценки либо высказывать свои суждения:</b> 1) Да, имеет право; 2) Нет, не имеет права; <b>3) Да, имеет право, если это входит в его должностные обязанности.</b>	УК-10.В.1



58.	<b>Есть ли у госслужащего право быть совместителем в ином учреждении?</b> 1) Нет, не имеет права; 2) Да, имеет право; 3) <i>Имеет право только с разрешения представителя нанимателя.</i>	УК-10.В.1
59.	<b>Должен ли госслужащий представлять отчет о своих расходах:</b> 1) Да, обязан; 2) Нет, не обязан; 3) <i>Обязан, но только если замешает должности, согласно утвержденному нормами закона перечнем.</i>	УК-10.В.1
60.	<b>Конфликт интересов для государственного служащего это:</b> 1) конфликтная ситуация с коллегой по работе; 2) <i>личная заинтересованность при разрешении вопроса, входящего в круг должностных обязанностей;</i> 3) соподчиненность с родственниками.	УК-10.В.1
61.	<b>В каком случае возможна утрата доверия государственного лица за совершенные коррупционные действия?</b> 1) за получение взятки в крупных размерах; 2) наличие личной заинтересованности; 3) <i>во всех случаях предусмотренных ФЗ №273 без учета размера причиненного ущерба.</i>	УК-10.В.1
62.	<b>Выберите пример коррупционных действий:</b> 1) преподавательскую деятельность за вознаграждение в качестве совместителя; 2) получение любого подарка; 3) <i>использование служебного положения для получения выгоды в отношении родственников.</i>	УК-10.В.1
63.	<b>Что обязана рассмотреть комиссия по соблюдению требований к служебному поведению госслужащего?</b> 1) все обращения, содержащие сведения о совершении коррупционных действий государственным служащим предоставленных в любой форме даже анонимные; 2) все обращения, содержащие сведения о допущенных правонарушениях, включая уголовные и административные, совершенные государственными служащими; 3) <i>обращения, содержащие сведения о совершении коррупционных действий государственным служащим.</i>	УК-10.В.1
64.	<b>Что из перечисленного относится к запретам, предусмотренным нормами ФЗ №79?</b> 1) <i>совместная работа близких родственников;</i> 2) публичные высказывания; 3) участие в управлении некоммерческой организацией.	УК-10.В.1
65.	<b>О чем обязан уведомить государственный служащий представителя нанимателя?</b> 1) <i>обо всех случаях совершенных коррупционных действий;</i> 2) только о склонении к коррупционным действиям лично государственного служащего; 3) о коррупционных действиях, сведения о которых были получены в ходе исполнения должностных обязанностей.	УК-10.В.1
66.	<b>Согласно ст. 205 УК РФ за терроризм предусмотрено наказание:</b> 1) <i>лишение свободы на срок от 6 до 15 лет и более лет, а также пожизненное заключение;</i> 2) административный штраф и конфискация имущества; 3) наложение ареста на недвижимость и заключение под стражу.	УК-10.В.1
67.	<b>Как называется вид революционного терроризма, в основе которого идея перестроить общество на основе сформированной доктрины:</b> 1) религиозный; 2) <i>идеологический;</i>	УК-10.В.1

	3) индивидуальный.	
68.	<b>Терроризм относится к:</b> 1) государственным проблемам; 2) <i>глобальным проблемам человечества</i> ; 3) техногенным проблемам.	УК-10.В.1
69.	<b>К какому виду терроризма относится взрыв здания фанатиком определенной конфессии:</b> 1) государственный терроризм; 2) <i>религиозный терроризм</i> ; 3) социальный терроризм.	УК-10.В.1
70.	<b>Какие причины терроризма не являются политическими:</b> 1) столкновение интересов двух государств; 2) недовольство деятельностью правительства; 3) <i>возрастание социальной дифференциации</i> .	УК-10.В.1
71.	К начальнику отдела лицензирования и технического регулирования Ространснадзора Хвостову обратился руководитель ОАО «Гера-симтранс лтд.» гражданин Герасимов, предложивший вознаграждение в размере 50 тыс. рублей за ускорение процесса рассмотрения заявления на получение лицензии. Хвостов от предложения с возмущением отказался, ссылаясь на то, что как честный и добросовестный государственный служащий не в праве получать вознаграждение за исполнение служебных (должностных) обязанностей, а также предупредил гражданина Герасимова о том, что в случае повторного обращения к нему с такого рода предложением вынужден будет сообщить об этом в правоохранительные органы. Оцените, полностью ли выполнил государственный служащий Хвостов обязанности, возложенные на него законодательством и возможные правовые последствия?	УК-10.В.1
72.	Гражданка Рябушкина обратилась к гражданке Смышкиной, замещающей должность советника в одном из управлений Департамента образования Министерства, которую знала ранее как высоко квалифицированного педагога-филолога, когда последняя работала заместителем директора гимназии по учебной работе и исполняла обязанности классного руководителя в классе, где обучался сын гражданки Рябушкиной, с предложением о заключении договора об оказании услуг по подготовке ее сына к ЕГЭ по иностранному языку и подготовке к собеседованию для поступления на филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова. Может ли Смышкина заключить указанный договор с учетом того, что оплата услуг ее устраивает, а их оказание предусмотрено в выходные дни и в вечернее время?	УК-10.В.1
73.	На территории вокзала произошёл террористический акт, в результате пострадало много людей. Имеют ли они право на психологическую и (или) медицинскую помощь? Ответ сформулируйте, ссылаясь на ФЗ №35 «О противодействии терроризму».	УК-10.В.1
74.	Иван Иванов припарковал машину на территории колледжа. В это время в СМИ распространялась информация о захвате объекта террористами. Полиция быстро среагировала и отбуксировала транспортное средство в безопасное место. Имела ли право полиция отбуксировать машину на безопасную территорию? Ответ сформулируйте, ссылаясь на ФЗ №35 «О противодействии терроризму».	УК-10.В.1
75.	Военнослужащий Пётр Петров несколько лет прослужил в подразделении в борьбе с терроризмом. Полагаются ли ему льготы, гарантии и компенсации за многолетнюю службу в борьбе с терроризмом? Ответ сформулируйте, ссылаясь на ФЗ №35 «О противодействии терроризму».	УК-10.В.1

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

## **11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

### **11.1 Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала**

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

#### Планируемые результаты при освоении обучающимся лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально–деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

#### Структура предоставления лекционного материала:

- лекции согласно разделам (табл.3) и темам (табл.4).

### **11.2. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий**

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающееся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Функции практических занятий:

- познавательная;
- развивающая;
- воспитательная.

По характеру выполняемых обучающимся заданий по практическим занятиям подразделяются на:

- ознакомительные, проводимые с целью закрепления и конкретизации изученного теоретического материала;
- аналитические, ставящие своей целью получение новой информации на основе формализованных методов;
- творческие, связанные с получением новой информации путем самостоятельно выбранных подходов к решению задач.

Формы организации практических занятий определяются в соответствии со специфическими особенностями учебной дисциплины и целями обучения. Они могут проводиться:

- в интерактивной форме (комментированное чтение нормативных актов, решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, игровое проектирование, имитационные занятия, выездные занятия в организации (предприятия), деловая учебная игра, ролевая игра, психологический тренинг, кейс, мозговой штурм, групповые дискуссии);
- в не интерактивной форме (устный опрос, выполнение упражнений, решение типовых задач, решение ситуационных задач и другое).

Методика проведения практического занятия может быть различной, при этом важно достижение общей цели дисциплины.

### **Требования к проведению практических занятий**

Практические занятия могут проводиться в формах, обеспечивающих максимальную активность студентов при обсуждении поставленных вопросов. В практике практические занятия можно выделить ряд таких форм: развернутая беседа, обсуждение докладов и рефератов, семинар-диспут, комментированное чтение, упражнения на самостоятельность мышления, письменная (контрольная) работа, семинар-коллоквиум и другие.

Развернутая беседа - наиболее распространенная форма семинарских занятий. Она предполагает подготовку всех студентов по каждому вопросу плана занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы; выступления студентов (по их желанию или по вызову преподавателя) и их обсуждение; вступление и заключение преподавателя. Развернутая беседа позволяет вовлечь в обсуждение предложенной проблематики наибольшее число студентов, разумеется, при использовании всех средств их активизации:

постановки хорошо продуманных, четко сформулированных дополнительных вопросов к выступающему и всей группе, умелой концентрации внимания студентов на сильных и слабых сторонах выступлений студентов, своевременном акцентировании внимания и интереса студентов на новых моментах, вскрывающихся в процессе работы и т.д.

Семинар-диспут имеет ряд достоинств. Кроме других задач, обычно реализуемых на семинаре, эта форма наиболее удобна для выработки у студентов навыка аргументированного спора. Диспут может быть и самостоятельной формой семинара и элементом других форм практических занятий по литературе или методике преподавания литературы. В первом случае наиболее интересно проходят такие занятия при объединении двух или нескольких семинарских групп, когда с докладами выступают студенты одной группы, а оппонентами - другой, о чем договариваются заранее. Вопросы, выносимые на подобные семинары, должны всегда иметь теоретическую и практическую значимость. Диспут как элемент обычного семинара может быть вызван преподавателем в ходе занятия или же заранее планируется им. Полемика возникает подчас и стихийно. В ходе полемики студенты формируют у себя находчивость, быстроту мыслительной реакции и, главное, отстаиваемое в споре мировоззрение складывается у них как глубоко личное.

Комментированное чтение первоисточников на семинаре преследует цель содействовать более осмысленной и тщательной работе студентов над рекомендуемой литературой. Чаще всего оно составляет лишь элемент обычного семинара в виде развернутой беседы и длится всего 15-20 минут. Комментированное чтение позволяет приучать студентов лучше разбираться в нормативных источниках. Комментирование может быть выделено в качестве самостоятельного пункта плана семинара.

На практических занятиях могут применяться следующие формы работы:

- фронтальная - все студенты выполняют одну и ту же работу;
- групповая - одна и та же работа выполняется бригадами из 2-5 человек;
- индивидуальная - каждый студент выполняет индивидуальное задание.

Рекомендуется проведение сквозных практических работ на основе внутриспредметных связей, когда результаты, полученные в одной практической работе, используются при выполнении последующих практических работ по данной дисциплине.

Для повышения эффективности проведения практических занятий рекомендуются:

- разработка тестов входного контроля подготовленности студентов, в том числе автоматизированного, к выполнению работ и заданий;
- разработка дифференцированных заданий с учетом индивидуальных особенностей обучающихся;
- использование в практике преподавания поисковых работ и заданий на проблемной основе;
- применение коллективных и групповых форм работы, максимальное использование индивидуальных форм с целью повышения ответственности каждого студента за самостоятельное выполнение полного объема работ;
- проведение практических и семинарских занятий на повышенном уровне трудности с включением в них заданий, связанных с выбором условий выполнения работы, конкретизацией цели, самостоятельным отбором необходимого оборудования, с выполнением логических заданий, с поиском мировоззренческого и нравственного выбора.
- подбор дополнительных заданий для студентов, работающих в более быстром темпе, для эффективного использования времени, отводимого на занятия и т.д.;
- разработка заданий для автоматизированного тестового контроля подготовленности студентов к занятиям.

### **11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы**

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Для организации и планирования самостоятельной работы преподаватель знакомит студентов:

- А) с графиком своих консультаций;
- Б) со списками основной учебной и методической литературы по дисциплине;
- В) с темами очередных практических занятий;
- Г) со списком тем самостоятельной работы.

#### ***Темы самостоятельной работы:***

1. Субъекты рекламной деятельности.
2. Регистрация товарного знака.
3. Правовая охрана товарного знака.
4. Зонтичные бренды: понятие, особенности, примеры.
5. Право на фирменное наименование.

6. Право на коммерческое обозначение.
7. Реклама на телевидении.
8. Размещение рекламы на радио.
9. Реклама в печатных изданиях.
10. Реклама на транспортных средствах и с их использованием.
11. Особенности социальной рекламы.
12. Особенности спонсорской рекламы.
13. Особенности политической рекламы.
14. Нормативное регулирование социальной рекламы.
15. Образы несовершеннолетних в рекламе.
16. Саморегулируемые организации в сфере рекламы.
17. Ассоциация рекламодателей.
18. Международная рекламная ассоциация.
19. Рекламная федерация регионов.
20. Национальная ассоциация наружной рекламы и информации.
21. Ассоциация коммуникационных агентств России.
22. Рекламный совет России.
23. Союз создателей социальной рекламы.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине.

#### **11.4. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.**

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Проведение текущего контроля успеваемости осуществляется с помощью вопросов к тесту, приведенных в таблице 18. Тест, включает в себя десять вопросов с вариантами ответов. Верным ответом может быть только один ответ из предлагаемых в тесте. Оценивание текущего контроля успеваемости, оценивается по пятибалльной шкале. Тест оценивается таким образом: 10 верных ответов – отлично; 8-9 верных ответов – хорошо; 6-7 верных ответов – удовлетворительно; 5 и меньше верных ответов – неудовлетворительно. Положительный результат текущего контроля успеваемости дает студенту дополнительный балл при проведении промежуточной аттестации.

#### **11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

- зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено».

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и

промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

Промежуточная аттестация оценивается по результатам текущего контроля успеваемости. В случае, если студент по уважительной причине не выполнил требования текущего контроля, ему предоставляется возможность сдать задолженности по пропущенным темам. Форма проведения промежуточной аттестации – письменная.

Промежуточная аттестация в форме зачета по дисциплине «Правовое регулирование в связях с общественностью и рекламе» проводится по вопросам, указанным в таблице 16.

Вопросы для подготовки к зачету содержатся в фонде оценочных средств.



Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой