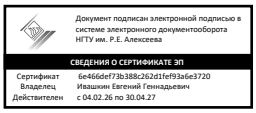
МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева» (НГТУ)

Институт экономики и управления (ИНЭУ)
(Полное и сокращенное название института, реализующего данное направление)



УТВЕРЖДАЮ:
Директор института:
_____ С.Н. Митяков
подпись
20.06.2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.7.7 Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы
(индекс и наименование дисциплины по учебному плану)

для подготовки бакалавров

Направление подготовки: 42.03.01Реклама и связи с общественностью

Направленность: Продвижение средств массовой информации

Форма обучения: очная, заочная
Год начала подготовки: 2023

Выпускающая кафедра: СОМиК

Кафедра-разработчик: СОМиК

Объем дисциплины 108/3
часов/з.е
Промежуточная аттестация: зачет

Разработчик: Рыжаков Д.Г., к.и.н., доцент

НИЖНИЙ НОВГОРОД, 2023

Рабочая программа дисциплины: разработана в соответствии с Федеральным государственным
образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО 3++) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08 июня 2017 года № 512 на основании учебного плана принятого УМС НГТУ

протокол от 25.05.2023 № 22_

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры разработчика протокол от 16.06.2023 № 6
Зав. кафедрой к.э.н, доцент _____ Е.А. Зайцева
(подпись)
Программа рекомендована к утверждению ученым советом института ИНЭУ, Протокол от 20.06.2023 № 5.

Рабочая программа зарегистрирована в УМУ регистрационный №_42.03.01-п-29
Начальник МО _____

Заведующая отделом комплектования НТБ Н.И.Кабанина
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 4

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 4

3.КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 9

4.1. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ ПО СЕМЕСТРАМ 9

4.2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ 11

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 16

5.1 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 16

5.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ 17

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 21

6.1. УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА 21

6.2. СПРАВОЧНО-БИБЛИОГРАФИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА 21

6.3. ПЕРЕЧЕНЬ ЖУРНАЛОВ ПО ПРОФИЛЮ ДИСЦИПЛИНЫ 22

7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 22

7.1. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ 22

7.2 ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, В ТОМ ЧИСЛЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 22

7.3 ПЕРЕЧЕНЬ СОВРЕМЕННЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ 22

8.ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ 23

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ 23

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ . 24

10.1 ОБЩИЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ, ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 24

10.2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ЗАНЯТИЙ ЛЕКЦИОННОГО ТИПА 25

10.3 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ НА ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТАХ 25

10.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ 25

11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 26

11.1 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА В ХОДЕ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ 26

11.2 ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ 26

11.3ТИПОВЫЕ ВОПРОСЫ (ЗАДАНИЯ) ДЛЯ УСТНОГО (ПИСЬМЕННОГО) ОПРОСА 26

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является усвоение положений действующего законодательства и правовых документов в различных сферах профессиональной деятельности.

Задачи освоения дисциплины (модуля):

-изучить основные этапы возникновения правовых норм, регулирующих рекламную деятельность;

-раскрыть особенности, достоинства и недостатки действующей в сфере рекламы правовой регламентации;

-использовать основные нормативно-правовые акты и документы в различных сферах деятельности;

-использовать действующее законодательство и правовые документы в профессиональной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» включена в обязательный перечень дисциплин обязательной части образовательной программы вне зависимости от ее направленности (профиля). Дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОП ВО и УП, по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на следующих дисциплинах: введение в коммуникационные специальности, история рекламы и связей с общественностью, основы теории коммуникации, включая деловее и межличностные коммуникации, теория и практика массовой информации.

Дисциплина «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: политология, международные отношения, основы корпоративной культуры, организация и проведение коммуникационных кампаний, интегрированные коммуникации, профессиональная ознакомительная практика, этическое регулирование связей с общественностью и рекламы, менеджмент в рекламе и связях с общественностью, антикризисные связи с общественностью, современная пресс-служба, безопасность в сетевом обществе, а также при выполнении выпускной квалификационной работы.

Рабочая программа дисциплины «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3.КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Таблица 1 – Формирование компетенций по дисциплинам

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры, формирования дисциплины Компетенции берутся из Учебного плана по направлению подготовки бакалавра /специалиста/магистра»							
	1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*
Код компетенции ОПК-5								
Введение в коммуникационные специальности	*							
Экономика		*						
История рекламы и связей с общественностью		*						
Основы теории коммуникации			*					
Теория и практика массовой информации			*					
Профессионально-ознакомительная практика			*					
Политология				*				
Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы				*				
Международные отношения					*			
Организация и проведения коммуникационных кампаний						*		
Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы							*	
Менеджмент в рекламе и связях с общественностью							*	
Основы управления проектами в рекламе							*	
Антикризисные связи с общественностью							*	
Современная пресс-служба							*	
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								*
Код компетенции ОПК-7								

Теория и практика массовой информации			*					
Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы				*				
Основы корпоративной культуры					*			
Интегрированные коммуникации						*		
Профессионально-ознакомительная практика						*		
Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы							*	
Антикризисные связи с общественностью							*	
Безопасность в сетевом обществе							*	
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								*

ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ,
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП

Таблица 2 – Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения

Код и наименование компетенции	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**			**Оценочные средства**	
					Текущего контроля	**Промежуточной аттестации**
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.	**ИОПК-5.2.** Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.	**Знать:** - политические, правовые, этические основы функционирования медиасистем региона, страны, мира (ИОПК-5.2);	**Уметь:** - выявлять политические, экономические, правовые и этические факторы развития медиасистем регионов, страны, мира (ИОПК-5.2);	**Владеть:** - навыками и инструментами поиска информации о политических, правовых и этических факторах развития медиасистем региона, страны, мира (ИОПК-5.2);	Опрос по темам, тесты	Вопросы для устного собеседования по темам лекций
	ИОПК-5.3. Определяет комплекс правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.	**Знать:** - совокупность нормативно-правовых актов, политических и этических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях (ИОПК-5.3).	**Уметь:** - формировать свою профессиональную идентичность, политическую непредвзятость, правовую грамотность, профессионально-этическое сознание, корпоративную солидарность (ИОПК-5.3). .	**Владеть:** - навыками применения основ информационной и правовой культуры при решении поставленных задач профессиональной деятельности (ИОПК-5.3).	Опрос по темам, тесты	

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	**ИОПК-7.1.** Оценивает эффективность проектов и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	**Знать:** - корпоративные принципы социальной ответственности, стандартные эффекты и последствия осуществляемых проектов и профессиональной деятельности (ИОПК-7.1);	**Уметь:** - реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью, следуя принципам социальной ответственности (ИОПК-7.1);	**Владеть:** - навыками реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, следуя принципам социальной ответственности (ИОПК-7.1);	Опрос по темам, тесты	Вопросы для устного собеседования
	ИОПК-7.2. Определяет этические и социокультурные нормы и использует их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом.	**Знать:** - принципы анализа правовой информации, средств и приемов рекламы и связей с общественностью и использовать их при построении коммуникативного процесса во время работы над коммуникационным продуктом (ИОПК-7.2).	**Уметь:** осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом этических, социокультурных и правовых норм (ИОПК-7.2).	**Владеть:** - навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом этических, социокультурных и правовых норм (ИОПК-7.2).	Опрос по темам, тесты	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач.ед. 144 часа, распределение часов по видам работ семестрам представлено в таблице 3.

Таблица 3

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам
Для студентов очного обучения

Вид учебной работы	**Трудоёмкость в час**	
	Всего час.	**В т.ч. по семестрам**
		4 сем
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	**108/3**	**108/3**
1. Контактная работа:	55	55
Аудиторная работа, в том числе:	**51**	**51**
занятия лекционного типа (Л)	17	17
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	34	34
лабораторные работы (ЛР)		
Внеаудиторная, в том числе	4	4
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	4	4
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
2. Самостоятельная работа (СРС)	**53**	**53**
реферат/эссе (подготовка)		
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)		
контрольная работа		
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)		
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)		
Подготовка к зачёту (контроль)	4	4

Для студентов заочного обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час	
	Всего час.	**В т.ч. по семестрам**
		3 сем
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	**144/4**	**144/4**
1. Контактная работа:	**20**	**20**
Аудиторная работа,в том числе:	16	16
занятия лекционного типа (Л)	8	8
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	8	8
лабораторные работы (ЛР)		
Внеаудиторная, в том числе		
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	4	4
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
2. Самостоятельная работа (СРС)	**120**	**120**
реферат/эссе (подготовка)		
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)		
контрольная работа		
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)		
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)		
Подготовка к зачёту(контроль)	4	4

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4.1–Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов очного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения:код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	**Наименование разделов, тем**	**Виды учебной работы (час)**				**Вид СРС**	**Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий**	**Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)**	**Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)**
		Контактная работа			**Самостоятельная работа студентов (час)**				
		Лекции	**Лабораторные работы**	**Практические занятия**					
4 семестр									
ОПК-5 ИОПК-5.2 ИОПК-5.3 ОПК-7 ИОПК-7.1 ИОПКК-7.2	**Раздел 1. Основы правового регулирования рекламной и PR-деятельности**								
	Тема 1.1. Предмет и основные принципы правового регулирования рекламной деятельности в России	4		8	1	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 1.2. Правовые основы рекламной деятельности и социальная значимость рекламы	4		8	1	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Итого по 1 разделу	**8**		**16**	**2**				

ОПК-5 ИОПК-5.2 ИОПК-5.3 ОПК-7 ИОПК-7.1 ИОПК-7.2	**Раздел 2. Правовое регулирование отдельных видов рекламы и PR-деятельности**								
	Тема 2.1. Правовое регулирование политической рекламы и PR деятельности в политике	1		2	4	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 2.2.Правовое регулирование отдельных видов рекламы	1		2	3	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 2.3. Рекламная деятельность и её субъекты	1		2	8	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 2.4. Интегрирование товара и товарного знака в художественное произведение – Product Placement, правовая природа Product Placement	1		2	8	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 2.5. Правовые вопросы рекламы в сети Интернет	1		2	4	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 2.6. Договорное регулирование рекламной деятельности	1		2	4	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 2.7. Особенности договорных отношений между субъектами рекламной деятельности	1		2	8	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 2.8. Этические требования, предъявляемые к рекламе	1		2	4	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		

	Тема 2.9. Защита прав и интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы	1		2	8	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Итого по 2 разделу	**17**		**18**	**51**				
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	**34**		**34**	**53**				
	ИТОГО по дисциплине	**34**		**34**	**53**				

Таблица 4.2 –Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов заочного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения:код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	**Наименование разделов, тем**	**Виды учебной работы (час)**				**Вид СРС**	**Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий**	**Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)**	**Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)**
		Контактная работа			**Самостоятельная работа студентов (час)**				
		Лекции	**Лабораторные работы**	**Практические занятия**					
3 семестр									
ОПК-5 ИОПК-5.2 ИОПК-5.3 ОПК-7 ИОПК-7.1 ИОПКК-7.2	**Раздел 1. Основы правового регулирования рекламной и PR деятельности**								
	Тема 1.1. Особенности договорных отношений между субъектами рекламной деятельности	1		1	8	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 1.2. Правовые основы рекламной деятельности и социальная значимость рекламы	1		1	8	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		

	Итого по 1 разделу	**2**		**2**	**16**				
ОПК-5 ИОПК-5.2 ИОПК-5.3 ОПК-7 ИОПК-7.1 ИОПК-7.2	**Раздел 2. Правовое регулирование отдельных видов рекламы и PR-деятельности**								
	Тема 2.1. Правовое регулирование политической рекламы и PR деятельности в политике	0,5		0,5	8	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 2.2.Правовое регулирование отдельных видов рекламы	0,5		0,5	16	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 2.3.Рекламная деятельность и её субъекты	0,5		1	16	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 2.4. Интегрирование товара и товарного знака в художественное произведение – Product Placement, правовая природа Product Placement	0,5		1	8	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 2.5. Правовые вопросы рекламы в сети Интернет	0,5		0,5	8	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 2.6 Договорное регулирование рекламной деятельности	0,5		0,5	8	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 2.7. Особенности договорных отношений между субъектами рекламной деятельности	1		0,5	8	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Тема 2.8. Этические требования, предъявляемые к рекламе	1		1	16	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		

	Тема 2.9. Защита прав и интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы	1		0,5	16	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, тесты		
	Итого по 2 разделу	**6**		**6**	**104**				
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	**8**		**8**	**120**				
	ИТОГО по дисциплине	**8**		**8**	**120**				

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

1. Тесты для текущего и промежуточного контроля знаний обучающихся.

Пример:

1. Реклама алкогольной продукции не должна содержать утверждение о том, что её употребление:
   A) делает вас привлекательными
   B) освобождает вас от проблем
   C) имеет большое значение для достижения личного успеха
   D) является нормой жизни
2. При проведении акций, в которых проводится раздача образцов алкогольной продукции, запрещается привлекать:
   A) недееспособных лиц
   B) специалистов в области рекламы
   C) несовершеннолетних
   D) иностранных граждан
3. В какой период времени на телевидении допускается размещение рекламы вина и игристого вина (шампанского):
   A) с 22.00 до 6.00
   B) с 21.00 до 6.00
   C) с 20.00 до 7.00
   D) с 23.00 до 7.00
4. Какие телепрограммы не допускается прерывать рекламой и совмещать с рекламой способом «бегущей строки»:
   A) религиозные телепередачи
   B) телепередачи продолжительностью более 45 минут
   C) научно-популярные телепередачи
   D) спортивные трансляции

2. Перечень вопросов, выносимых на зачет

1.Становление законодательства о рекламе в Российской Федерации.
2. Актуальные проблемы законодательного регулирования рекламной деятельности в РФ.
3. Закон «О рекламе»: значение, структура, основные понятия.
4. Понятие рекламы и ее основные признаки.
5. Виды ненадлежащей рекламы.
6. Общие и специальные требования к рекламе.
7. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.
8. Особенности рекламы в радио- и телепрограммах.
9. Особенности правового регулирования наружной рекламы.
10. Критерии различия понятий «вывеска» и «наружная реклама».
11. Недопустимая реклама в сети Internet и способы обеспечения доказательств в суде.
12. Социальная реклама и спонсорство.
13. Правовые аспекты контроля над медицинской рекламой.
14. Реклама алкогольной продукции.
15. Правовые аспекты регулирования спонсорства и благотворительной деятельности.
16. Реклама вооружений и военной техники.
17. Реклама финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг.

18. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.
19. Государственный контроль в области рекламы.
20. Защита несовершеннолетних в рекламе.
21. Правовое регулирование политической рекламы.
22. Авторское право в рекламе.

5.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Таблица 5 При текущем контроле (контрольные недели) и оценка выполнения практических работ

Шкала оценивания	**Экзамен/ Зачет с оценкой**	**Зачет**
40<R<=50	Отлично	зачет
30<R<=40	Хорошо	
20<R<=30	Удовлетворительно	
O<R<=20	Неудовлетворительно	незачет

При промежуточном контроле успеваемость студентов оценивается по системе «зачет» либо «незачет».

Таблица 6 – Критерии оценивания результата обучения по дисциплине и шкала оценивания

Код и наименование компетенции	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Критерии оценивания результатов обучения**			
		Оценка **«неудовлетворительно»** / «не зачтено» 0-59% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка **«удовлетворительно»** / «зачтено» 60-74% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка **«хорошо» /** «зачтено» 75-89% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка **«отлично» /** «зачтено» 90-100% от max рейтинговой оценки контроля
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.	**ИОПК-5.2.** Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоена методика выявления правовых и этических факторов развития медиасистем региона, страны и мира.	Фрагментарные, поверхностные знания относительно освоения методики выявления правовых и этических факторов развития медиасистем региона, страны и мира. Изложение полученных знаний неполное, однако, это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений.	Знает материал на достаточно хорошем уровне; представляет методику выявления правовых и этических факторов развития медиасистем региона, страны и мира.	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.

	ИОПК-5.3. Определяет комплекс правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоена методика определения комплекса правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.	Фрагментарные, поверхностные знания методики определения комплекса правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Изложение полученных знаний неполное, однако, это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений.	Знает материал на достаточно хорошем уровне; представляет методику определения комплекса правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	**ОПК-7.1.** Оценивает эффективность проектов и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	Изложение учебного материала бессистемное, не владеет навыками оценки эффективности проектов и личного вклада в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	Фрагментарное, поверхностное владение навыками оценки эффективности профессиональной деятельности проектов и личного вклада в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	Знает материал на достаточно высоком уровне; владеет навыками оценки эффективности проектов и личного вклада в повышение эффективности профессиональной деятельности, следует принципам социальной ответственности.	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.

	ОПК-.7.2.Определяет этические и социокультурные нормы и использует их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом.	Изложение учебного материала бессистемное, не определяет этические и социокультурные нормы, не может использовать их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом.	Фрагментарные, поверхностные знания методики определения этических и социокультурных норм и использования их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом.	Знает материал на достаточно высоком уровне; владеет навыками определения этических и социокультурных норм и использует их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом.	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.

Таблица 7. Критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания
Высокиий уровень «5» (отлично) – «зачет»	оценку **«отлично»** заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо) – «зачет»	оценку **«хорошо»** заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно) – «зачет»	оценку **«удовлетворительно»** заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно) – «незачет»	оценку **«неудовлетворительно»** заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебная литература

6.1.1 Багацкая С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: Учеб. пособие / С.Г. Багацкая. – М.: Логос, 2020. – 368 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/162975 (дата обращения: 10.11.2021).

6.1.2.Дорский А.Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью: Учеб. пособие / А.Ю. Дорский. – СПб.: С.-Петерб. ун-та, 2019. – 216 с. — URL: https://e.lanbook.com/book/123660 (дата обращения: 10.11.2021).

6.1.3.Зайцева Е.А., Рыжаков Д.Г. Историко-правовые и социокультурные аспекты выставочной деятельности в Российской Федерации: Учеб. пособие / Е.А. Зайцева, Д.Г. Рыжаков, К.В. Средняк. – Н. Новгород: НГТУ, 2020. – 96 с.

6.1.4.Биткова Л.А. Правовое регулирование маркетинговой деятельности: Учеб. пособие / Л.А. Биткова. – СПб.: Лань, 2022. – 104 с. — URL: https://e.lanbook.com/book/184046 (дата обращения: 10.11.2021).

6.2. Справочно-библиографическая литература

6.2.1 Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» / Д.С. Бадалов. – М.: Статут, 2012. – 462 с.
URL: https://e.lanbook.com/book/61745 (дата обращения: 10.11.2021).

6.2.2 Правовое регулирование рекламной коммуникации: Учебно-методическое пособие. Ч. 1. / Под общ. ред. М.И. Рыхтика. – Н. Новгород: ННГУ, 2020. – 96. С. URL: https://e.lanbook.com/book/144845 (дата обращения: 10.11.2021).

6.3. Перечень журналов по профилю дисциплины:

6.3.1Научный журнал «Пробелы в российском законодательстве». – режим доступа: https://e.lanbook.com/journal/issue/286588

6.3.2Научный журнал «Социально-политические науки». – режим доступа: https://e.lanbook.com/journal/issue/288396

6.3.3Журнал «Право и государство: теория и практика». – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/contents.asp?titleid=25177

6.3.4Журнал «Право и экономика». – Режим доступа: https://e.lanbook.com/journal/issue/303228

Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

Правовое регулирование рекламной коммуникации: Учебно-методическое пособие. Ч. 1. / Под общ. ред. М.И. Рыхтика. – Н. Новгород: ННГУ, 2020. – 96. С.

7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный процесс по дисциплине обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав по дисциплине определен в настоящей РПД и подлежит обновлению при необходимости).

7.1. Перечень информационных справочных систем

Таблица 8. Перечень электронных библиотечных систем

№	Наименование ЭБС	Ссылка к ЭБС
1	Консультант студента	http://www.studentlibrary.ru/
2	Лань	https://e.lanbook.com/
3	Юрайт	https://biblio-online.ru/
4	E-LIBRARY.ru	http://elibrary.ru/defaultx.asp

7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства необходимого для освоения дисциплины

Таблица 9. Программное обеспечение

Программное обеспечение, используемое в университете на договорной основе	Программное обеспечение свободного распространения
MicrosoftWindows 7 (подписка MSDN 4689, подписка DreamSparkPremium, договор № Tr113003 от 25.09.14)	Adobe Acrobat Reader (FreeWare) https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html
Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655)	Open Office (FreeWare) https://www.openoffice.org/ru/

7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

В таблице9указан перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ (удаленный доступ). Данный перечень подлежит обновлению в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

В данном разделе могут быть приведены ресурсы (ссылки на сайты), на которых можно найти полезную для курса информацию, в т.ч. статистические или справочные данные, учебные материалы, онлайн курсы и т.д.

Таблица 9 - Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№	Наименование профессиональной базы данных, информационно-справочной системы	Доступ к ресурсу (удаленный доступ с указанием ссылки/доступ из локальной сети университета)
1	**2**	**3**
1	Справочно-правовая система «Консультант Плюс»	**http://www.consultant.ru**
2	Справочно-правовая система «Гарант»	**https://www.garant.ru**

8.ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ

В таблице 10 указан перечень образовательных ресурсов, имеющих формы, адаптированные к ограничениям их здоровья, а также сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования. При заполнении таблицы может быть использована информация, размещенная в подразделе «Доступная среда» специализированного раздела сайта НГТУ «Сведения об образовательной организации»https://www.nntu.ru/sveden/accenv/

Таблица 10 – Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с ОВЗ

№	Перечень образовательных ресурсов, приспособленных для использования инвалидами и лицами с ОВЗ	Сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования
1	ЭБС «Консультант студента»	озвучка книг и увеличение шрифта
2	ЭБС «Лань»	специальное мобильное приложение - синтезатор речи, который воспроизводит тексты книг и меню навигации
3	ЭБС «Юрайт»	версия для слабовидящих

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудиториидляпроведениязанятий по дисциплине,оснащены оборудованием и техническими средствами обучения

В таблице 11 перечислены:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, которые должны оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную. информационно-образовательную среду НГТУ.

Таблица 11 –Оснащенность аудиторий и помещений для самостоятельной работы студентов по дисциплине

№	Наименование аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенностьаудиторий помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	**6302** учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; г. Нижний Новгород, Казанское ш., 12	1. Доска меловая - 1 шт. 2. Экран - 1 шт. 2. Мультимедийный проектор Epson efn-121 - 1 шт. 3. Ноутбук SonyVaio: Intel Core2Duo@1.8 Ghz; 2Gb озу; (переносной) - 1 шт. 4. Рабочее место студента - 36 5. Рабочее место преподавателя – 1	1. Windows XP, Prof, S/P3 (подписка Dream Spark Premium, договор №Tr113003 от 25.09.14); 2. Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); 3. Dr.Web (с/н S684-LRQ5-U7NH-BE97 от 11.05.22)

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1 Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- разбор конкретных ситуаций.

При преподавании дисциплины «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы», используются современные образовательные технологии, позволяющие повысить активность студентов при освоении материала курса и предоставить им возможность эффективно реализовать часы самостоятельной работы.

На лекциях, практических занятиях реализуются интерактивные технологии, приветствуются вопросы и обсуждения, используется личностно-ориентированный подход, технология работы в малых группах, что позволяет студентам проявить себя, получить навыки самостоятельного изучения материала, выровнять уровень знаний в группе.

Все вопросы, возникшие при самостоятельной работе над домашним заданием, подробно разбираются на практических занятиях и лекциях. Проводятся индивидуальные и групповые консультации с использованием, как встреч студентами, так и современных информационных технологий: чат, электронная почта, ZOOM.

Инициируется активность студентов, поощряется задание любых вопросов по материалу, практикуется индивидуальный ответ на вопросы студента, рекомендуются методы успешного самостоятельного усвоения материала в зависимости от уровня его базовой подготовки.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции применяетсябалльно-рейтинговаясистема контроля и оценки успеваемости студентов в процессе текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с учетом текущей успеваемости.

Результат обучения считается сформированным на повышенном уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, использует в ответе дополнительный материал. Все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты, проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Результат обучения считается сформированным на пороговом уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже трех по оценочной системе, что соответствует допороговому уровню.

10.2 Методические указания для занятий лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины (Таблица 4). Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

10.3 Методические указания по освоению дисциплины на практических работах

Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- умение решать ситуационные задачи;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Задания к практическим работам описаны в Комплекте оценочных средств по дисциплине «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», всех форм обучения: Метод. указ к семинарским занятиям для студ. Всех направлений и всех форм обучения / Рыжаков Д.Г. – Н. Новгород: НГТУ им. Р.Е. Алексеева, 2021. – 21 с.

10.4 Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой

дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 6.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут работать на компьютере в специализированных аудиториях для самостоятельной работы (указано в таблице 11). В аудиториях имеется доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Указания к самостоятельной работе изложены в Методических рекомендациях по дисциплине «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», всех форм обучения / Рыжаков Д.Г. Н. Новгород: НГТУ им. Р.Е. Алексеева, 2017. – 19 с.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

11.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля знаний студентов по дисциплине проводится **комплексная оценка знаний,** включающая:

- проведение контрольных работ;
- обсуждение теоретических вопросов;
- тестирование;
- зачет с оценкой.

11.2 Типовые задания к практическим занятиям

1. Понятие и структура политической рекламы.
2. Виды и жанры политической рекламы.
3. Особенности наружной рекламы.
4. Особенности рекламы на транспортных средствах.

11.3Типовые вопросы (задания) для устного (письменного) опроса

1. ФЗ РФ «О рекламе». Его общая характеристика.
2. Пробелы и недостатки в регулировании рекламной сфере до принятия ФЗ «О рекламе».
3. Правовое регулирование рекламы с участием несовершеннолетних.
4. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи.

Типовые тестовые задания

Тема 2.

1. Реклама алкогольной продукции, лекарственных средств, детских продуктов должна сопровождаться обязательным:

   А) ограничениями по возрасту

   В) сообщением о побочных эффектах

C) сообщением о противопоказаниях
D) предупреждением о вреде данного продукта

2. Реклама алкогольной продукции должна сопровождаться предупреждением о вреде её чрезмерного употребления, каков размер рекламной площади, которая должна быть отведена под такое предупреждение?
   A) 5 %
   B) 10 %
   C) 12 %
   D) 15 %

3. Реклама на продукции детского питания, включенных в рацион ребенка в первый год его жизни, должна содержать сведения:
   A) о составе продукта
   B) о возрастных ограничениях
   C) о необходимости консультации специалиста
   D) о возрастных ограничениях и необходимости консультации специалиста

Полный комплект оценочных средств для проведения промежуточной аттестации размещен в комплекте оценочных средств «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», всех форм обучения / Рыжаков Д.Г. – Н. Новгород: НГТУ им. Р.Е. Алексеева, 2021. – 14 с.

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института ИНЭУ

_____
“____”_____201__ г.

Лист актуализации рабочей программы дисциплины
Б.1.Б.6.7 «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы»
индекс по учебному плану, наименование

для подготовки бакалавров
Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность: «Продвижение средств массовой информации»
Форма обучения очная, заочная
Год начала подготовки: 2023

Курс 2
Семестр 4
а) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 20__ г. начала подготовки.
б) В рабочую программу вносятся следующие изменения (указать на какой год начала подготовки):

1) ……..;
2) ……..;
3) ……

Разработчик (и): _____
(ФИО, ученая степень, ученое звание)
«__»_____20_г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры СОМиК
_____ протокол № _____ от «__» _____20__г.

Заведующий кафедрой Е.А. Зайцева

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий выпускающей кафедрой СОМиК _____«__» _____ 20_г.

Методический отдел УМУ:_____ «__» _____20_ г.