

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет Историко-филологический
Кафедра «журналистики и связей с общественностью»

УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
для студентов очной формы обучения

по дисциплине «Массово-информационное право»

для направления подготовки (специальности) 42.04.01 Реклама и связи с
общественностью – магистерская программа

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 108 часов, 3 зачетные
единицы.

Форма промежуточного контроля в семестре – зачет.

Краткое содержание курса

Перечень изучаемых разделов, тем дисциплины (модуля).

1. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью:
 - правовое регулирование отношений в сфере массовой информации;
 - особенности регулирования информационных отношений, возникающих при производстве, распространении и потреблении массовой информации:
 - информация ограниченного доступа – виды тайн, частная жизнь и персональные данные;
 - освещение деятельности органов государственной власти СМИ.
2. Основные положения нормативно-правовых актов, регулирующих оборот рекламы:
 - Закон О СМИ – основные положения;
 - Закон о рекламе – основные положения;
 - Закон о защите прав потребителей – основные положения.
3. Правовое регулирование рекламы:
 - оборот отдельных видов рекламы - особенности;
 - требования к рекламе в СМИ;
 - ненадлежащая реклама. Ответственность за нарушение законодательства в рекламной и информационной сфере;
4. Авторское право в рекламе и связях с общественностью:
 - авторское право – объект, структура, личные неимущественные права, исключительное право;
 - правовая охрана средств индивидуализации товаров, работ, услуг;
 - ответственность за нарушение авторского права.

Семестр 3

Форма текущего контроля

Задания:

1. Составить памятку определений видов тайн, частной жизни и персональных данных с ссылками на нормы права и НПА.
2. Составить памятку с ссылками на нормы права, регулирующие оборот рекламы из следующих НПА: ФЗ «О СМИ», ФЗ «О рекламе», ФЗ «О защите прав потребителей».
3. Составить таблицу, в которой указать нормы права, устанавливающие ответственность за нарушение деятельности в сфере рекламы.

Форма промежуточного контроля

Зачет по предмету «Массово-информационное право»

1. Международные правовые акты, регулирующие оборот рекламы.
2. Саморегуляция PR-деятельности.
3. Понятие массово-информационного права. Основные НПА, регулирующие деятельность СМИ.
4. Основные НПА, регулирующие деятельность в сфере рекламы.
5. Массовая информация. Свобода массовой информации. Определение, сфера действия. Ограничение свободы массовой информации.
6. Охрана частной жизни гражданина. Охрана изображения гражданина. При каких условиях возможно преодоление данных ограничений. Уголовная ответственность.
7. Государственный интерес. Публичный интерес. Общественный интерес. Определения.
8. ФЗ «О государственной тайне». Определение государственной тайны. Субъекты гостайны. Ответственность за разглашение гостайны.
9. ФЗ «О коммерческой тайне». Какие сведения не относятся к коммерческой тайне.
10. Персональные данные. Какие сведения относятся к такому виду сведений ограниченного доступа.
11. Ответственность за воспрепятствование деятельности журналиста.
12. Запрос информации. Отказ и отсрочка в предоставлении информации. Обеспечение конфиденциальности информации.

13. Распространение рекламы в СМИ. Определение рекламной информации. Сходство и различие рекламной информации с массовой информацией.
14. Недостоверная реклама. Недобросовестная реклама. Определения.
15. Ограничения распространения рекламы. Понятие скрытой рекламы.
16. Социальная реклама. Объем распространяемой социальной рекламы, установленный Законом «О рекламе».
17. Вид ответственности за нарушение законодательства о рекламе.
18. Порядок аккредитации журналистов. Условия лишения аккредитации.

Оформление письменной работы согласно МИ-01-02-2018

[Общие требования к построению и оформлению учебной текстовой документации](#)

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

Печатные издания

1. Иванова, Дарья Ивановна. Правовое обеспечение работы пресс-службы / Иванова Дарья Ивановна. - Москва : УНЦ ДО, 2009. - 232с. - ISBN 978-5-88800-337-4 : 160-00.

Издания из ЭБС

1. Сальникова, Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: Учебник для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2015. — 296 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68862> — Загл. с экрана.

2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб.пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68866> — Загл. с экрана.

3. Чумиков, А.Н. Антикризисные коммуникации. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2013. — 172 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/69083> — Загл. с экрана.

5. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4.

Дополнительная литература

Печатные издания

1. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / под общ. ред. В.С. Комаровского. - Москва : РАГС, 2001. - 520 с. - ISBN 5-7729-0058-7 : 208-78.

Издания из ЭБС

