



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

---

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Отделение журналистики, рекламы и связей с общественностью

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Е.Е. Ломакина

29 августа 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**«Правовое обеспечение профессиональной деятельности»**

Уровень высшего образования: бакалавриат  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Направленность образовательной программы:

Иваново



## 1. Цели освоения дисциплины

Целью дисциплины «Правовое обеспечение профессиональной деятельности» является формирование у студентов правовой подготовки в области рекламы и связей с общественностью, изучение правовых основ регулирования деятельности, законодательства, регулирующего ее в России и за рубежом, основных договоров, применяемых в рекламе и СО, юридической ответственности участников процесса за правонарушения.

Дисциплина направлена на развитие у студентов личностных качеств, способствующих информационно-творческой и общественной деятельности в будущей профессии. Освоение курса необходимо для успешного прохождения производственной практики по завершении 3 курса.

Курс «Правовое обеспечение профессиональной деятельности» предполагает формирование у студентов гражданственности, социальной ответственности, а также иных качеств, необходимых для журналиста.

При разработке курса учтены пожелания работодателей, проанализирована практика правового обеспечения рекламной отрасли в Ивановской области.

## 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы. Для освоения дисциплины необходимыми представляются сведения общеориентирующего характера об основах профессиональной деятельности, аспектов правового и государственного регулирования деятельности в сфере рекламы и СО (с чем предварительно знакомят курсы «Теория и практика массовой информации», «Основы интегрированных коммуникаций», «Политология», «Основы маркетинга», «Реклама и СО в СМИ», «Наружная реклама», «Экономика и управление», «Технологическое и социальное предпринимательство»). Знания, полученные в ходе изучения настоящего курса, становятся необходимыми для восприятия большинства профессиональных дисциплин, в том числе: «Политическая реклама и политтехнологии», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Разработка и технология производства рекламного и СО-продукта», «Технологическое и социальное предпринимательство», «Проектная деятельность в области рекламы и связей с общественностью».

Для освоения данной дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы государственного устройства России; структуру российского и международного законодательства; основные положения истории и теории массовой коммуникации (в том числе рекламы и СО).

Уметь: анализировать и применять к конкретной ситуации законодательные акты, судебные прецеденты,

Иметь: начальные навыки правового поведения и профессиональной деонтологии.

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Будучи связанным с целым рядом гуманитарных, мировоззренческих дисциплин (философия, культурология, социология, политология), курс «Правовое обеспечение профессиональной деятельности» вырабатывает наряду и вместе с ними способность понимать проблемы взаимоотношений свободы и ответственности, а также способность понимать сущность и значение законодательства в развитии общества.



### 3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

При реализации дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

*универсальные:*

УК-2 – Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

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

*общепрофессиональные:*

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.

### 3.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с формируемыми компетенциями.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

#### **Знать:**

- источники права, регулирующие деятельность в сфере рекламы и СО: Конституцию РФ, Гражданский Кодекс, Трудовой кодекс, Уголовный кодекс, Кодекс об административных правонарушениях, ФЗ «О СМИ», ФЗ «О рекламе», письма ФАС и др. (УК-2, ОПК-5);
- основные понятия законодательства о рекламе: реклама, социальная реклама, объект рекламирования, недобросовестная и недостоверная реклама, ненадлежащая реклама, потребители рекламы, антимонопольный орган, спонсорская реклама, предвыборная агитация и др. (УК-2);
- основные требования к рекламе, согласно действующему законодательству, в том числе ФЗ «О Рекламе» (УК-2, УК.10.1.2);
- основные формы проявления экстремизма, терроризма и коррупционного поведения (УК-10.1.1);
- законодательные акты и другие нормативные документы, регулирующие правоотношения в процессе профессиональной деятельности, в том числе обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом и коррупцией в различных областях жизнедеятельности (УК-2; УК-10.1.2).

#### **Уметь:**

- выстраивать гражданскую позицию, основанную на действующем законодательстве в сфере противодействия проявлениям экстремизма, терроризма, коррупции (УК-10.2)
- составлять и утверждать устав СМИ, договоры в сфере рекламы, трудовые договоры и иные правовые документы, необходимые для осуществления профессиональной деятельности (ОПК-5, УК-2);
- обрабатывать информацию с учетом законодательных ограничений, в том числе обеспечивающих борьбу с экстремизмом, терроризмом и коррупцией в различных областях жизнедеятельности; (УК-10.2, УК-2),
- отстаивать свои профессиональные права, разъясняя действующие положения права (УК-2, УК-10.3, ОПК-5).

#### **Иметь опыт:**

- выявления правовых рисков и проблем при осуществлении профессиональной деятельности, объяснения неприемлемости коррупционного поведения, проявления экстремизма и терроризма (УК-2, УК-10.3, ОПК-3);
- работы с источниками права и судебными решениями (УК-2, ОПК-5);



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

- составления учредительных документов СМИ, рекламных договоров (УК-2, ОПК-5).

#### 4. Содержание дисциплины (модуля)

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

##### 4.1. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам, темам.

###### Очная форма

№ п/ п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак.часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемо- сти Формы промежуточ- ной аттестации
			Занятия лекцион- ного типа	Занятия семинар- ского типа	
1	Обзор основных правовых актов, нормирующих деятельность в сфере СМИ, рекламы и СО.	6	2	6	Входная диагностика: опрос с последующим обсуждением результатов
2	Государственная политика в сфере СМИ, рекламы и СО.	6	2	6	Конспект Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2010
3.	Формирование и эволюция феномена «профессиональная этика» в рекламе и СО	6	1	6	Доклад о национальных особенностях кодексов проф. этики (по разным странам)
4	Социальные, психологические и философские аспекты деонтологии журналистики	6	1	6	Обсуждение спорных ситуаций из реальной практики СМИ (на основе судебного опыта ивановских СМИ)
5	Профессионально-этические ценности журналистского сообщества. Противодействие экстремизму, терроризму, коррупционному поведению в профессиональной деятельности.	6	2	2	Решение ситуационных задач
6	Саморегулирование в сфере рекламы и СО	6	2	8	Анализ решений Экспертного совета по применению законодательства о рекламе. Разбор рекомендаций



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

					ФАС.
7	Правовые и этические аспекты экстремальной журналистики	6	1	2	Деловая игра
8	Масс-медиа, инновационная журналистика и реестр «долженствования» журналиста (2 часа)	6	1	4	Решение ситуационных задач
9	Практика лингвистической экспертизы по статьям УК: 128.1, 130, 282.	6	0	8	Самостоятельный анализ текстов с последующим разбором на занятии
			12	48	
				3	Экзамен: собеседование по вопросам
	<b>Итого: 4 з.е. = 144 часа</b>				

#### 4.2. Содержание учебного материала по разделам (темам), или модульное распределение материала

##### Тема 1. Обзор основных правовых актов, нормирующих деятельность в сфере СМИ, рекламы и СО.

Конституция РФ; Уголовный кодекс (ст. 128.1, 130, 144); Административный кодекс (касательно авторского права и личных неимущественных прав граждан); ФЗ «О СМИ»; ФЗ «О рекламе», ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (Гл.7).

##### Тема 2. Государственная политика в области СМИ, рекламы и СО.

Государственная информационная политика (Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации от 7.02.2008 N Пр-212; Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.11.2007 г. № 1700-р «О Концепции развития телерадиовещания в Российской Федерации на 2008—2015 годы»; меры государственной поддержки и стимулирования производителей и распространителей печатной продукции), Постановления Конституционного Суда РФ и Пленума Верховного Суда РФ по вопросам регулирования деятельности СМИ, законопроекты о внесении поправок в ФЗ «О СМИ»

##### Тема 3. Формирование и эволюция феномена «профессиональная этика».

Понятие деонтологии и профессиональной этики, история их формирования в мировой и отечественной философии и практики. Этические споры вокруг произведений лауреатов Пулитцеровской премии. Эволюция профессиональной морали журналиста. Культ информации в современном мире.

##### Тема 4. Социальные, психологические и философские аспекты деонтологии журналистики.

Правомерность выделения профессиональной этики журналиста из конъюнктуры общечеловеческой морали. Психологические и социальные коллизии профессиональной этики. Взгляд известных журналистов на данную проблему. Границы самоотверженности журналиста. Импатийность журналиста. Читательское видение профессии журналиста, социальные ожидания, связанные со средствами массовой информации вообще и с журналистами, в частности. Образ журналиста в сознании читателей и зрителей.



Истина в журналистике. Границы гласности. Этические нормы работы с источниками информации. Этика фотокорреспондента и видеооператора. Этика редактора. Этика использования фото- и видеоматериалов, текстов пресс-релизов и материалов других изданий. Этика профессионального поведения журналистов. Дресс-код. Особенности профессиональной морали внутри «цеха» и вне его. Несовпадение норм журналистской морали с реальными практиками журналистского профессионального поведения. Пирамида этоса журналиста.

**Тема 5. Профессионально-этические ценности журналистского сообщества. Противодействие экстремизму, терроризму, коррупционному поведению в профессиональной деятельности.**

От принципов «персонального журнализма» – до этикета информационного общества (нормативное регулирование и кодификация журналистской деятельности).

Мораль и нравственность журналиста: ответственность – миссия – долг или «работа на дядю, который платит» (А. Волин)? Технологический детерминизм, медиакратия, ценностное оформление потребностей: свобода и ответственность современного журналиста.

Противодействие экстремизму, терроризму, коррупционному поведению в профессиональной деятельности: анализ судебной практики. ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности».

**Тема 6. Саморегулирование в сфере рекламы и СО.**

Профессиональные союзы и творческие объединения в сфере рекламы: отечественный и зарубежный опыт. Кодекс профессиональной этики. Служебная этика. Письма ФАС и решения Экспертного совета по применению законодательства о рекламе. Решения и юрисдикция Судебной палаты по информационным спорам при Президенте РФ, Общественной коллегии по жалобам на прессу, Большого жюри Союза журналистов России, Комиссий по информационным спорам при региональных отделениях Союза журналистов. Этический кодекс американских блогеров. Этический кодекс редакции «Гардиан». Этический кодекс «Associated Press». Этические нормы газеты «Вашингтон пост». Шаг за шагом: журналист делает выбор. Развитие этической политики газеты «Нью Йорк Таймс». Редакционное руководство «Си-Би-Эй». Ценности и критерии «Би-Би-Си».

**Тема 7. Правовые и этические аспекты экстремальной журналистики.**

Международное гуманитарное право о статусе журналиста в зоне военных действий. Государственное право Российской Федерации о работе журналиста в зоне КТО и в зоне вооруженного конфликта. Свобода слова и военная тайна: история и современная практика (освещение первой чеченской кампании, захвата заложников во время мюзикла «Норд-Ост»). Военная цензура. Журналист на задании в зоне вооруженного конфликта: личная безопасность, этика поведения, психология общения. Взаимодействие военного журналиста с представителями пресс-служб силовых ведомств. Социальный конфликт: основные концепции (позиции) освещения. Освещение демонстраций, мятежей, актов гражданского неповиновения. Пресса и проблемы прав меньшинств и этнических конфликтов. Журналист на задании в зоне этнического конфликта. Освещение стихийных и экологических бедствий, техногенных катастроф: психологический, правовой и этические аспекты.

**Тема 8. Масс-медиа, инновационная журналистика и реестр «долженствования» журналиста.**

«Гражданская», «коммунитарная», «гуманитарная», «журналистика соучастия» и журналист как «модератор диалога» (краудсорсинг, краудфандинг, paywall...). Онлайн-социальность, поколение СИ («Connected Collective Consumer») и дауншифтинг по журналистски: тренды и тупики профессиональной самореализации.

«Долг патриота VS долг журналиста?». Анализ позиций журналистов, высказанных в цикле интервью «Военные репортеры о том, как работает на украинском фронте и в чём миссия журналиста на войне» ([www.colta.ru](http://www.colta.ru) – от 22.05.2014 г, 3.06. 2014 года).

**Тема 9. Практика лингвистической экспертизы.**



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

---

Экспертиза спорных речевых произведений по делам о защите чести, достоинства и деловой репутации; экспертиза речевых произведений по обвинению в клевете; экспертиза речевых произведений по обвинению в оскорблении, неуважении к суду, оскорблении представителя власти; экспертиза речевых произведений по обвинению в экстремистской деятельности, а также по обвинению в возбуждении расовой, религиозной, национальной и социальной ненависти и вражды; лингвистическая экспертиза рекламных текстов. Судебные иски к ивановским СМИ (из практики юридической защиты газеты «Курсив», журнала «1000 экз», газеты «Рабочий край»).

## 5. Образовательные технологии

Применяемые образовательные технологии: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов, исследовательская и творческая работа.

При проведении занятий используются активные и интерактивные формы обучения: дискуссии, разбор конкретных ситуаций, творческий эксперимент, коммуникативный тренинг – в сочетании с внеаудиторной работой.

В качестве примеров обсуждаются актуальные, злободневные явления российской журналистики. Предполагается приглашение на семинарские занятия практикующих юристов и журналистов.

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: технологии смешанного обучения.

При подготовке и в ходе проведения **практических занятий** используются следующие образовательные технологии:

### **Тема 1. Обзор основных правовых актов, нормирующих деятельность в сфере СМИ, рекламы и СО.**

Студенты должны продемонстрировать свое знание основных нормативных актов и умение ориентироваться в них. На занятии разбираются типовые спорные ситуации из практики российских и региональных СМИ: учащиеся дают правовую оценку, а затем сверяют ее с реальной судебной практикой.

### **Тема 2. Государственная политика в области СМИ, рекламы и СО.**

Объясняется логика государственной политики по отношению к СМИ. Обсуждаются меры возможной государственной поддержки редакций. Обучающиеся составляют проекты обращений в уполномоченные органы; составляют проект редакционного устава в соответствии с нормами права.

### **Тема 3. Формирование и эволюция феномена «профессиональная этика».**

Учащиеся готовят доклады о национальных кодексах профессиональной этики журналистов. Выявляют и анализируют различия – сопоставляют их с политическим устройством государств. В результате занятия предполагается выработать универсальный свод этических норм журналиста.

### **Тема 4. Социальные, психологические и философские аспекты деонтологии журналистики (2 часа).**

На занятии обсуждаются профессиональное поведение и высказывания по вопросам этики ряда российских журналистов. Дается этическая оценка отдельным журналистским произведениям (в первую очередь визуальным: фото и ТВ). Возможно проведения деловой игры: организация «судебного процесса» с распределением ролей защитников, прокуроров, экспертов.

### **Тема 6. Саморегулирование в сфере рекламы и СО.**

Студенты формулируют свое отношение к профессиональным союзам. Объясняют, почему хотят или не хотят вступить в них, анализируют уставы профессиональных организаций. Разби-



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

раются решения Судебной палаты по информационным спорам при Президенте РФ, Общественной коллегии по жалобам на прессу, Большого жюри Союза журналистов России. При этом учащиеся имеют возможность не согласиться с решениями «общественных инстанций», аргументировав свою позицию.

**Тема 7. Правовые и этические аспекты экстремальной журналистики.**

Во время деловой игры перед учащимися ставятся конкретные правовые и этические проблемы-задачи (на основе реальной практики журналистов во время военных действий, контртеррористических операций, стихийных бедствий). Обсуждаются варианты поведения в различных ситуациях. Формулируются правила поведения в экстремальных условиях. Отдельно оговариваются модели взаимодействия с компетентными органами и местным населением (в т.ч. варианты «вне профессиональной» помощи) в условиях ЧС.

**Тема 9. Практика лингвистической экспертизы (4 часа).**

Разбираются конкретные журналистские произведения, дается оценка их соответствия действующему законодательству. Выводы соотносятся с результатами реальных лингвистических экспертиз и решениями судов.

**6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Студенты в процессе обучения получают (через ЭИОС и на электронную почту старосты) ссылки на источники права, судебные решения.

Учебные пособия по курсу студентам доступно в кабинете № 211. Обзор доступной литературы студенты получают на первой лекции.

В системе ЭИОС при выставлении задания даются методические рекомендации о том, в каких последовательности и формах следует работать, кроме того даются разъяснения по наиболее сложным вопросам. Иностранные учащиеся имеют возможности дополнительной подготовки.

На индивидуальных занятиях, проводимых в форме собеседований (с использованием контрольных вопросов и тестов, перечень которых можно найти ниже), преподаватель может вносить конкретные коррективы в обучение каждого и одновременно осуществлять контроль над усвоением основных положений курса.

**7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине.**

**ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ**

Степень освоения студентами учебной дисциплины в ходе ее изучения определяется в процессе текущего и промежуточного контроля работы.

Итоговый контроль по дисциплине проводится в период сессии в форме экзамена. Текущая аттестация по дисциплине осуществляется путем опроса студентов на практических занятиях; тестирования; написания терминологического диктанта; выступления слушателей с рефератами, докладами, сообщениями, презентациями; проверки знаний в ходе собеседований.

*Вопросы для собеседования*

Предложенные задания, которые охватывают все основные проблемы курса и сформулированы в двух видах (вопросов и тестов), могут использоваться в качестве дополнительных и уточняющих во время проведения экзамена, межсессионной аттестации, на практических и индивидуальных занятиях. Кроме того назначение данного раздела – быть основой для проверки студентами собственной теоретической подготовки (текущей и вплоть до выпускного государственного экзамена).

*Проблемные (аналитические) вопросы*

Следует подчеркнуть, что если в основном выступлении на зачете оцениваются полнота и систематичность полученных представлений, то при собеседовании (во всех его перечисленных





Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

---

выше случаях) – глубина и творческое усвоение материала, способность развивать полученные знания и прилагать их к конкретным ситуациям. Поэтому прямых и исчерпывающих ответов на предлагаемые вопросы в лекционном курсе может и не быть.

Количество и выбор обсуждаемых в ходе собеседования проблем оставляется на усмотрение преподавателя, которому лучше других заметна степень подготовленности и общая эрудиция собственных слушателей.

*Тесты*

Предлагаемые задания служат, в основном, целям самопроверки. Из четырех указанных ответов необходимо выбрать один – правильный.

*Критерии оценки*

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если он верно ответил на вопросы билета: ориентируется в проблематике всего курса, знаком с научными публикациями по предмету, добросовестно готовился к практическим занятиям во время семестра.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если он исчерпывающе ответил на один вопрос билета и кратко раскрыл второй; при этом студент добросовестно готовился к практическим занятиям во время семестра.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если он уяснил основные положения дисциплины и отчитался по заданиям практических занятий.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если он не отчитался за пропущенные практические занятия, не смог ответить на вопросы, связанные с основными положениями курса.

## **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля).**

### **А) основная литература:**

1. Арзуманян, А. Б. Правовое регулирование рекламы в России и за рубежом : учебное пособие : [16+] / А. Б. Арзуманян ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2021. – 118 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=69126>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3963-5. – Текст : электронный.
2. Донских, А. Г. Авторское право в СМИ : учебное пособие : [16+] / А. Г. Донских ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2022. – 142 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691043>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3866-9. – Текст : электронный.
3. Матушевский Р. Г. Правовые основы СМИ и журналистики. Конспект лекций. Учебное пособие - М.: А-Приор , 2006. – URL: <http://www.biblioclub.ru/book/56365>.

### **дополнительная литература:**

1. Емельянов Д. В.. Проблемы защиты авторства в журналистике: монография [Электронный ресурс] / Москва:Лаборатория книги,2011. -93с. - 978-5-504-00081-7. – URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=141498](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=141498).



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

2. Лопатко А. Ю.. Проблемы правовой защиты журналистов: монография [Электронный ресурс] / Москва:Лаборатория книги,2012. -91с. - 978-5-504-00359-7. – URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=141529](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=141529).
3. Хохлова М. Т.. Реклама на медиарынке [Электронный ресурс] / Москва:Лаборатория книги,2010. -89с. - 978-5-905785-29-0. – URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=89932](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=89932).
4. Иванов А. В.. Функционирование интернет-медиа с точки зрения законодательной базы различных стран [Электронный ресурс] / Москва:Лаборатория книги,2012. -121с. - 978-5-504-00692-5. – URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=140917](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=140917).
5. Авторские и смежные с ними права : постатейный комментарий глав 70 и 71 Гражданского кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] / Москва:Статут,2010. -480с. - 978-5-8354-0631-9. – URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=450762](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=450762).
6. Криворотов И. И. Правовые аспекты журналистского расследования [Электронный ресурс] / Москва:Лаборатория книги,2012. -94с. - 978-5-504-00825-7. – URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=140576](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=140576).
7. Прозоров В. В. Власть и свобода журналистики. Учебное пособие 2-е изд., перераб. - М.: Флинта, 2012. – URL: <http://www.biblioclub.ru/book/103821/>.
8. Журналистика. Конспект лекций. Учебное пособие - М.: А-Приор, 2011. – URL: <http://www.biblioclub.ru/book/72691/>.
9. Правовые и этические нормы в журналистике [Электронный ресурс] / Москва:Аспект Пресс,2012. -256с. - 978-5-7567-0648-2. – URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=457370](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=457370).
10. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» [Электронный ресурс] / Москва:Статут,2012. -462с. - 978-5-8354-0808-5. – URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=448881](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=448881).
11. Фейки: коммуникация, смыслы, ответственность / С. Т. Золян, Н. А. Пробст, Ж. Р. Сладкевич, Г. Л. Тульчинский ; под ред. Г. Л. Тульчинского. – Санкт-Петербург : Алетей, 2021. – 289 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=622042>. – Библиогр.: с. 243-270. – ISBN 978-5-00165-301-1. – Текст : электронный.

ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет» <https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [www.biblioclub.ru, http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/polnotekstovye-resursy/ebs-universitetskaya-biblioteka](http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/polnotekstovye-resursy/ebs-universitetskaya-biblioteka)
2. Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/polnotekstovye-resursy/elibnew>
3. Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>
4. СПС «КонсультантПлюс»).
5. Научная электронная Библиотека eLIBRARY.RU (ООО «Интра-Центр+»)



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

<https://elibrary.ru>

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Edge и(или) Yandex Browser.

## 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;
- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации:

- электронные пособия (презентации)
- аудио-визуальные пособия (видеоматериал.).

**Автор рабочей программы дисциплины:** доцент отделения журналистики, рекламы и СО, к. фил. н. Н.А. Голубев

Программа рассмотрена на заседании отделения журналистики, рекламы и связей с общественностью

« 1 » сентября 2023 г., протокол № 1

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № \_\_\_\_1\_\_ от « 29 » августа 2024 года

протокол заседания кафедры № \_\_\_\_1\_\_ от « 29 » августа 2025 года

протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ года

протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ года

протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ года

протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ года

Согласовано:

Руководитель ОП \_\_\_\_\_  
(подпись)