



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
_____ Е.Е. Ломакина
(подпись)
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:



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

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 лек- цион-ного типа	Занятия се- минарского типа	
1	Теории происхождения права. Источники права. Принципы права	6	2	6	Входная диагностика: опрос с последующим обсуждением резуль- татов
2	Источники права в сфере СМИ и рекламы.	6	2	6	Тестирование / опрос на знание основных положений Конститу- ции РФ
3.	Кодифицированные законы, регулирующие медиасферу: Трудовой кодекс, уголовный кодекс, Гражданский кодекс	6	1	6	Тестирование / опрос на знание основных положений кодексов, связанных с работой в рекламе и СО
4	Авторское право и реклама: личные неимущественные и исключительные права	6	1	6	Обсуждение спорных ситуаций из реальной практики (на основе судебного опыта)
5	Права, смежные с авторскими	6	2	2	Обсуждение спорных ситуаций из реальной практики (на основе судебного опыта)
6	Права на средства индивиду- ализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и пред- приятий	6	2	8	Решение ситуацион- ных задач
7	Охрана частной жизни чело- века, Охрана изображения гражданина	6	1	2	Решение ситуацион- ных задач
8	Федеральный закон о ре- кламе: сфера применения и	6	1	4	Тестирование / опрос на знание основных



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

	особенности правоприменения				положений Закона, решение ситуационных задач
9	Федеральный закон о СМИ: особенности правоприменения	6	0	8	Тестирование / опрос на знание основных положений Закона, решение ситуационных задач
			12	48	
					Экзамен: собеседование по вопросам

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

Тема 1. Теории происхождения права. Источники права. Принципы права

Основные теории права: теологическая теория, теория естественного права, психологическая теория; историческая школа; нормативистская теория; позитивистская теория; примирительная теория; марксистская теория; регулятивная теория.

Источники права: правовой обычай, нормативный договор, судебный прецедент, правовая доктрина, нормативно-правовой акт.

Виды нормативных правовых актов: конституция, закон, подзаконный акт .

Тема 2. Источники права в сфере СМИ и рекламы.

Международное законодательство, декларации ООН. Опыт ЕСПЧ. 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. Конституция РФ. Кодифицированные федеральные законы: «О военном положении», «О чрезвычайном положении», «О референдуме в Российской Федерации».

Тема 3. Кодифицированные законы, регулирующие медиасферу: Трудовой кодекс, Уголовный кодекс, Гражданский кодекс

Трудовой кодекс: особенности срочного и бессрочного трудового договора, режима труда и отдыха. Уголовный кодекс: противодействие экстремизму, клевете. Кодекс об административных правонарушениях.

Тема 4. Авторское право и реклама: личные неимущественные и исключительные права.

История охраны авторского права, Бернская конвенция. Автор произведения. Срок охраны исключительных авторских прав. Варианты использования произведений, охраняемых авторским правом в рекламе и СО. Организации, осуществляющие коллективное управление авторскими и смежными правами. Понятие лицензионного договора.

Тема 5. Права, смежные с авторскими.



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

Объекты смежных прав. Использование объектов смежных прав без согласия правообладателя и без выплаты вознаграждения. Ответственность за нарушение исключительного права на объект смежных прав. Права на исполнение. Право на фонограмму

Тема 6. Права на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий

Право на фирменное наименование. Право на товарный знак и право на знак обслуживания. Государственная регистрация товарного знака. Право на коммерческое обозначение

Тема 7. Охрана частной жизни человека, Охрана изображения гражданина

Общие принципы законодательства. Обстоятельства, разрешающие вмешательства в частную жизнь гражданина. Право требовать защиты частной жизни гражданина. Ст. 137 УК РФ. Обнародование и дальнейшее использование изображения гражданина в рекламе и СО.

Тема 8. Федеральный закон о рекламе: сфера применения и особенности правоприменения

Основные понятия, используемые в ФЗ "О рекламе": реклама, ненадлежащая реклама, спонсорская реклама, антимонопольный орган и др. Общие требования к рекламе. Защита несовершеннолетних в рекламе. Объекты рекламирования, реклама которых не допускается. Сроки хранения рекламных материалов. Особенности отдельных способов распространения рекламы: на ТВ, на радио, в периодических печатных изданиях, в Интернете и т.д. Особенности рекламы отдельных видов товаров: алкоголь, лекарственные средства, БАДы, финансовые услуги и др. Саморегулирование в сфере рекламы.

Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе"»

Тема 9. Федеральный закон о СМИ: особенности правоприменения.

История законодательства о СМИ в России, основные задачи. Понятие цензуры. Организация деятельности средств массовой информации. Исследования объема аудитории: компании, занимающиеся медиаметикой, основные методы. Распространение массовой информации. Отношения средств массовой информации с гражданами и организациями. Права и обязанности журналиста.

Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2010 N 16 (ред. от 09.12.2025) «О практике применения судами Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации"»

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, рекламы и СО. Возможно приглашение на семинарские занятия практикующих юристов и журналистов.

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

Практические занятия строятся на сочетании классических и современных образовательных технологий, ориентированных на формирование профессиональных компетенций, умение работать с нормативными актами и применять правовые нормы в реальных ситуациях:



Тема 1. Теории происхождения права. Источники права. Принципы права

- Дискуссионный метод и дебаты. Студенты анализируют основные теории права (теологическая, естественно-правовая, марксистская и др.), выбирают наиболее близкую, аргументируют свою позицию.
- Кейс-анализ. Разбор конкретных правовых ситуаций для определения применимых источников права (закон, обычай, прецедент, доктрина) и вида нормативного акта.
- Ролевая игра. Моделирование процесса создания нормативного правового акта: от инициативы до принятия и вступления в силу.

Тема 2. Источники права в сфере СМИ и рекламы

- Сравнительно-правовой анализ. Сопоставление норм международного права (декларации ООН, практика ЕСПЧ) и российского законодательства).
- Работа с первоисточниками: анализ текстов международных документов и федеральных законов, выявление коллизий и особенностей применения.
- Проектная деятельность. Разработка рекомендаций для журналиста по работе в зоне вооружённого конфликта с учётом актуального международного и российского законодательств.

Тема 3. Кодифицированные законы, регулирующие медиасферу

- Решение ситуационных задач. Практические задания по применению норм ТК РФ (трудовые договоры), УК РФ (экстремизм, клевета), КоАП РФ к ситуациям в медиасфере.
- Анализ судебной практики. Изучение реальных дел из сферы СМИ, рекламы для понимания правоприменения кодифицированных законов.
- Мастер-класс. Приглашение практикующих юристов для разбора сложных кейсов.

Тема 4. Авторское право и реклама

- Практикум по составлению договоров. Оформление лицензионных договоров на использование произведений в рекламе и социальных сетях.
- Кейс-метод. Анализ нарушений авторских прав в рекламных кампаниях, определение ответственности.
- Работа с реестрами. Изучение деятельности организаций коллективного управления правами.

Тема 5. Права, смежные с авторскими

- Обсуждение объектов смежных прав (исполнение, фонограмма) на конкретных примерах из медиа.
- Решение практических задач. Определение возможности использования объектов смежных прав без согласия правообладателя (например, в новостных сюжетах).

Тема 6. Права на средства индивидуализации

- Мастер-класс по регистрации товарных знаков. Практическое знакомство с процедурой государственной регистрации.
- Кейс-анализ. Разбор судебных споров о нарушении прав на фирменные наименования и товарные знаки в медиабизнесе.

Тема 7. Охрана частной жизни человека, Охрана изображения гражданина

- Дискуссии и дебаты. Обсуждение границ частной жизни и публичного интереса на примерах из СМИ.
- Решение ситуационных задач. Анализ правомерности использования изображения гражданина в рекламе и социальных сетях с учётом ст. 152.1 ГК РФ и ст. 137 УК РФ.

Тема 8. Федеральный закон о рекламе: сфера применения и особенности правоприменения

- Практикум по анализу рекламы. Оценка рекламных материалов на соответствие требованиям ФЗ «О рекламе» (защита несовершеннолетних, реклама отдельных товаров).



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

- Анализ писем ФАС, решений судов. Изучение Постановления Пленума ВАС РФ № 58 для понимания арбитражной практики.
- Проектная работа. Разработка рекламной кампании с соблюдением всех законодательных ограничений.

Тема 9. Федеральный закон о СМИ: особенности правоприменения

- Анализ судебной практики. Изучение Постановления Пленума ВС РФ № 16 для понимания применения Закона о СМИ.
- Кейс-метод. Разбор ситуаций, связанных с правами и обязанностями журналиста, отношениями СМИ с гражданами и организациями.
- Исследовательская работа. Анализ методов медиаметрики и их правового регулирования.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Студенты в процессе обучения получают (через ЭИОС и (или) 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 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.



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

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 все 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.
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.



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

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.
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.
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.
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.
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.
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.
11. Фейки: коммуникация, смыслы, ответственность / С. Т. Золян, Н. А. Пробст, Ж. Р. Сладкевич, Г. Л. Тульчинский ; под ред. Г. Л. Тульчинского. – Санкт-Петербург : Алетейя, 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
2. Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>
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+»)
<https://elibrary.ru>



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

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 кафедры журналистики, рекламы и СО, к. фил. н. Н.А. Голубев

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

«29 августа 2024 г., протокол № 1

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № 1 от «29 августа 2025 года

Согласовано:

Руководитель ОП _____ Е.Е.Ломакина
(подпись)

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № __1__ от «_31_» __августа_2026 года

Согласовано:

Руководитель ОП _____ Е.Е.Ломакина
(подпись)

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____20__ года

Согласовано:

Руководитель ОП _____
(подпись)