

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций  
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по образовательной деятельности КФУ

\_\_\_\_\_ Д.А. Таюрский

"\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## **Программа дисциплины**

Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, к.н. Старшинов А.Н. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), ANStarshinov@kpfu.ru

### **1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО**

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

| <b>Шифр компетенции</b> | <b>Расшифровка приобретаемой компетенции</b>  |
|-------------------------|---|
| ОК-4                    | способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности |
| ПК-5                    | способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации                 |

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- международные законодательные акты и федеральные законы РФ, механизмы их применения в рекламе, журналистике и связях с общественностью, их особенности, процедуры, тенденции;
- собственно права и обязанности всех участников профессиональной деятельности в средствах массовой информации;
- ответственность за нарушения законодательства, сложившуюся и формирующуюся судебную практику: отечественную и Европейского суда по правам человека.

Должен уметь:

- применять положения Международных законодательных актов и Федеральных законов РФ;
- использовать механизмы их применения в рекламе, журналистике и связях с общественностью, знать их особенности, процедуры, тенденции, понимать права и обязанности всех участников профессиональной деятельности в средствах массовой информации.

Должен владеть:

- навыками практического использования законодательных механизмов регулирования рекламно-информационной деятельности СМИ

Должен демонстрировать способность и готовность:

- применять полученные знания на практике.

### **2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО**

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.10.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 4 курсе в 7 семестре.

### **3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 72 часа(ов), в том числе лекции - 36 часа(ов), практические занятия - 36 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 72 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 7 семестре.

### **4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

#### 4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

| N  | Разделы дисциплины / модуля  | Семестр | Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах) |                      |                     | Самостоятельная работа |
|----|--|---------|--|----------------------|---------------------|------------------------|
|    |  |         | Лекции   | Практические занятия | Лабораторные работы |                        |
| 1. | Тема 1. Этическая сторона регулирования рекламно-информационной деятельности         | 7       | 4  | 4                    | 0                   | 6                      |
| 2. | Тема 2. Негосударственное регулирование рекламно-информационной деятельности         | 7       | 4  | 4                    | 0                   | 10                     |
| 3. | Тема 3. Международный кодекс рекламной практики                                      | 7       | 4  | 4                    | 0                   | 8                      |
| 4. | Тема 4. Развитие государственного регулирования рекламно-информационной деятельности | 7       | 4  | 4                    | 0                   | 10                     |
| 5. | Тема 5. Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности                  | 7       | 4  | 4                    | 0                   | 10                     |
| 6. | Тема 6. Особенности рекламы отдельных видов товаров                                  | 7       | 4  | 4                    | 0                   | 10                     |
| 6. | Тема 6. Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности                  | 7       | 4  | 4                    | 0                   | 10                     |
| 7. | Тема 7. Государственный контроль в области рекламы                                   | 7       | 4  | 4                    | 0                   | 2                      |
| 8. | Тема 8. Интеллектуальные права в рекламно-информационной деятельности                | 7       | 2  | 2                    | 0                   | 2                      |
| 9. | Тема 9. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе                      | 7       | 2  | 2                    | 0                   | 4                      |
|    | Итого  |         | 36   | 36                   | 0                   | 72                     |

#### 4.2 Содержание дисциплины (модуля)

##### Тема 1. Этическая сторона регулирования рекламно-информационной деятельности

Этические вопросы рекламно-информационной деятельности. Реклама как проблема ограничения свободы граждан. Механизмы контроля и воздействия на СМИ. Понятие и классификация принципов правового регулирования рекламы.

Конституционные принципы формирования системы правового регулирования рекламы. Развитие добросовестной конкуренции. Обеспечение единства экономического пространства.

Отраслевые принципы правового регулирования рекламы.

##### Тема 2. Негосударственное регулирование рекламно-информационной деятельности

Государственные и негосударственные факторы, воздействующие на рекламу. Саморегулирование, регулирование со стороны общественных организаций, СМИ. Движения в защиту прав потребителей. Уровни саморегулирования. Саморегулируемая организация.

Международные акты, регулирующие отношения в области рекламы. Пакт о гражданских и политических правах. Европейская Конвенция о трансграничном телевидении от 5 мая 1989 года.

##### Тема 3. Международный кодекс рекламной практики

Характеристика Международного кодекса рекламной практики. Определения, раскрываемые в кодексе. Основные принципы МКРП. Международные акты, регулирующие отношения в области рекламы. Пакт о гражданских и политических правах. Европейская Конвенция о трансграничном телевидении от 5 мая 1989 года. Конституционные принципы формирования системы правового регулирования рекламы. Развитие добросовестной конкуренции. Обеспечение единства экономического пространства.

Отраслевые принципы правового регулирования рекламы.

#### **Тема 4. Развитие государственного регулирования рекламно-информационной деятельности**

Предпосылки появления рекламного права. Развитие государственного регулирования рекламно-информационной деятельности за рубежом. Развитие государственного регулирования рекламно-информационной деятельности в России. Конституционные принципы формирования системы правового регулирования рекламы. Развитие добросовестной конкуренции. Обеспечение единства экономического пространства.

Отраслевые принципы правового регулирования рекламы.

#### **Тема 5. Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности**

Рекламное законодательство Российской Федерации. Цели и задачи законодательства РФ о рекламе. Основные принципы рекламного законодательства России. Основные права и обязанности участников рекламной деятельности (рекламодателя, рекламопроизводителя, рекламораспространителя). Понятие источников правового регулирования рекламной деятельности. Классификация источников правового регулирования рекламной деятельности.

Конституция Российской Федерации как основа формирования системы законодательства Российской Федерации о рекламе.

Международные акты, регулирующие отношения в области рекламы. Пакт о гражданских и политических правах. Европейская Конвенция о трансграничном телевидении от 5 мая 1989 года.

Федеральный закон "О рекламе" как основной источник законодательства Российской Федерации о рекламе.

#### **Тема 6. Особенности рекламы отдельных видов товаров**

Особенности рекламы отдельных видов товаров (алкогольных напитков, табака и табачных изделий; медикаментов, изделий медицинского назначения, медицинской техники; оружия, вооружения и военной техники).

Особенности рекламы финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг. Социальная реклама.

#### **Тема 6. Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности**

Сроки хранения материалов, содержащих рекламу. Предоставление рекламной информации для производства и распространения рекламы.

Права и обязанности рекламопроизводителя. Обязанность рекламопроизводителя информировать рекламодателя об обстоятельствах, которые могут привести к нарушению законодательства о рекламе. Права и обязанности рекламодателя. Публичное предложение о заключении договора о рекламе.

#### **Тема 7. Государственный контроль в области рекламы**

Государственный контроль органов исполнительной власти за рекламой.

Организация и деятельность федерального антимонопольного органа по государственному контролю в области рекламы (МАП России).

Полномочия федерального антимонопольного органа в области. Понятие и общая характеристика субъектов рекламной деятельности как участников правоотношений по производству, размещению и распространению рекламы. Виды субъектов рекламной деятельности.

Рекламодатель как субъект рекламной деятельности. Особенности его правового статуса.

Спонсор как участник отношений по производству и распространению рекламы и особенности его правового положения.

Рекламопроизводитель как субъект рекламной деятельности. Особенности его правового статуса.

Рекламораспространитель как субъект рекламной деятельности. Особенности его правового статуса.

Иные участники рекламных правоотношений: потребители рекламы, общественные объединения потребителей, органы саморегулирования рекламы.

Антимонопольный орган и его полномочия в сфере государственного надзора и контроля за соблюдением законодательства о рекламе.

рекламы.

#### **Тема 8. Интеллектуальные права в рекламно-информационной деятельности**

Отличия физической собственности от интеллектуальной собственности. Закон РФ "Об авторском праве и смежных правах" (1993г.). Авторское право. Уголовный кодекс, 4-я часть. Специфика субъектов авторского права на аудиовизуальное произведение (режиссер-постановщик, сценарист, композитор). Смежные права. Служебные произведения: права работодателя на их использование. Регистрация, срок охраны авторского права. Использование прав. Авторские общества. Контрафактные экземпляры. Преследование пиратства? и плагиата. Программа телепередач и авторское право: решения Высшего Арбитражного суда РФ и Европейского суда в Люксембурге. Международные конвенции о защите авторских прав. Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС). Ответственность за нарушения интеллектуальной собственности.

#### **Тема 9. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе**

Понятие и виды юридической ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Пределы ответственности участников рекламной деятельности. Меры ответственности за нарушение законодательства о рекламе.

Особенности гражданско-правовой ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Административная ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Уголовная ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

### **6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

### **7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.



Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

#### **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

Время рекламы: теория и практика рекламы, средства массовой информации, РА. - <http://advtime.ru/news/radio/2005/09/23097.html>

Индустрия рекламы: исследования рынка, медиаизмерения и социологические исследования. - <http://www.socismr.com>

информационно-правовой портал - <http://www.garant.ru>

информационно-правовой портал - <http://www.consultant.ru>

Портал о рекламе - <http://www.adme.ru>

#### **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

| <b>Вид работ</b>       | <b>Методические рекомендации</b>   |
|------------------------|--|
| лекции                 | В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.                          |
| практические занятия   | В ходе подготовки к практическим занятиям изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы и методических указания для студентов. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и УМК и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на практическое занятие.  |
| самостоятельная работа | Студенты самостоятельно готовятся по предложенным темам курса, конспектируют основные положения, формулируют тезисы ответов по заданной тематике. Для подготовки используются учебники и учебные пособия по современной российской политике, Конституция РФ и другие законодательные акты, связанные с деятельностью государства по регулированию общественными процессами   |
| зачет                  | Зачет - важный этап в учебном процессе, имеющий целью проверку знаний, выявление умений применять полученные знания к решению практических задач. Как подготовка к нему, так и сам - форма активизации и систематизации полученных знаний, их углубления и закрепления. В ходе зачета студент должен быть готов к ответу на дополнительные вопросы, к решению задач в рамках проблематики билета. На зачете студент должен четко и ясно формулировать ответ на вопрос билета; ответ необходимо проиллюстрировать конкретной практической информацией. Студент должен глубоко разбираться во всем круге вопросов по получаемой специальности. |

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

## **12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки "Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере".



*Приложение 2  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.10.01 Государственное и общественное  
регулирование рекламно-информационной деятельности*

**Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

**Основная литература:**

1. Киселев, А. Г. Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 'Связи с общественностью' / А. Г. Киселёв. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028771> (дата обращения: 10.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

2. Дорский, А. Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью: учебное пособие / А. Ю. Дорский. - Санкт-Петербург : Издательство Санкт-Петербургского университета, 2019. - 216 с. - ISBN 978-5-288-05937-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1080941> (дата обращения: 10.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

3. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 'Юриспруденция' / Н. Д. Эриашвили [и др.] - Москва: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2017. - 240 с. - ISBN 978-5-238-01546-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028543> (дата обращения: 10.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

**Дополнительная литература:**

1. Толкачев, А. Н. Комментарий к Федеральному закону 'О рекламе' (постатейный) / А. Н. Толкачев. - 2-е изд. - Москва : ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2010. - 96 с. ISBN 978-5-369-00602-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/209973> (дата обращения: 10.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

2. Орешин, В. П. Система государственного и муниципального управления : учебное пособие / В. П. Орешин. - Москва : ИНФРА-М, 2018. - 320 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011591-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/966386> (дата обращения: 10.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

3. Богацкая, С. Г. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / С. Г. Богацкая. - Москва : Университетская книга, 2007. - 368 с. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98699-032-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/468185> (дата обращения: 10.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

*Приложение 3  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.10.01 Государственное и общественное  
регулирование рекламно-информационной деятельности*

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.