Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 11.09.2025 12:00:38
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Факультет Экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ
Декан
_____ /А.В. Назаренко/
«27» февраля 2025

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Государственное регулирование в креативных индустриях»

Направление подготовки
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки **«Продюсирование в креативных индустриях»**

Квалификация (степень) выпускника
Магистр

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Москва 2025 г.

Разработчик(и):

Доцент кафедры «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии», к.филос.н., доцент  /Н.Ю. Григорьев/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии», к.э.н., доцент  /Ю.О. Алтунина/

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП....4
3. Структура и содержание дисциплины....5
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость (по формам обучения) 5
3.2 Тематический план изучения дисциплины 6
3.3 Содержание дисциплины 7
3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 9
3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ) 10
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение....10
4.1 Нормативные документы и ГОСТы 10
4.2 Основная литература 10
4.3 Дополнительная литература 11
4.4 Электронные образовательные ресурсы....12
4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 12
4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы....12
5 Материально-техническое обеспечение....12
6 Методические рекомендации....13
6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 13
6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 15
7. Фонд оценочных средств по дисциплине 15
7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения....15
7.2. Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания 18
7.3 Оценочные средства 20

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения ОПОП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине Б1.2.9 «Государственное регулирование в креативных индустриях»:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	**ИУК-1.1.** Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими. **ИУК-1.2.** Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников.
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	**ИУК-3.1.** Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной стратегии сотрудничества. **ИУК-3.2.** Планирует, организует, мотивирует, оценивает и корректирует совместную деятельность по достижению поставленной цели с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов. **ИУК-3.3.** Применяет способы, методы и стратегии оптимизации социально-психологического климата в коллективе, предупреждения и разрешения конфликтов, технологии обучения и развития профессиональной и коммуникативной компетентности членов команды.
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью.	**ИПК-1.1.** Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия. **ИПК-1.2.** Формулирует требования коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям. **ИПК-1.3.** Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Настоящая дисциплина относится к дисциплинам по выбору обучающегося цикла Б1 «Дисциплины (модули)».

Изучению данной дисциплины предшествуют следующие дисциплины ОПОП подготовки магистров направления 42.04.01 «Реклама и связь с общественностью» (профиль подготовки «Продюсирование в креативных индустриях»):

– Б1.2.12 «Брендинг в креативных индустриях»;
– Б1.2.3 «Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций»;
- Б1. 1.5 «Управление творческими коллективами».

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость (по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			2	3
1	**Аудиторные занятия**	**36**	**-**	**36**
	В том числе:			
1.1	Лекции	18	-	18
1.2	Семинарские/практические занятия	18	-	18
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**72**	**-**	**72**
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	62		62
2.3	Подготовка рефератов			
2.4	Подготовка к тестированию	10		10
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен			зачет
	Итого	**108**		**108**

3.1.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			3	4
1	**Аудиторные занятия**	**36**	**-**	**36**
	В том числе:			
1.1	Лекции	18	-	18
1.2	Семинарские/практические занятия	18	-	18
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**72**	**-**	**72**
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	62		62

2.3	Подготовка рефератов			
2.4	Подготовка к тестированию	10		10
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен			зачет
	Итого	**108**		**108**

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
3 семестр							
1	Тема 1 Предмет, метод и задачи курса «Государственное регулирование в креативных индустриях»	18	2				16
2	Тема 2. Конституционные основы правового регулирования в креативных индустриях	18	2	4			12
3	Тема 3. Законодательство РФ о конкуренции, защите прав потребителей и его роль в правовом регулировании в креативных индустриях	18	2				16
4	Тема 4. Государственное регулирование и контроль в сфере креативных индустрий.	18	2	4			12
5	Тема 5. Саморегулирование в сфере креативных индустрий	18	2	4			12
6	Тема 6. Регулирование использования объектов интеллектуальной собственности в различных сегментах креативного ранка	18	2				16
7	Тема 7 Авторское право, смежные права, ноу-хау в креативных индустриях	18	2				16
8	Тема 8 Охрана средств индивидуализации товаров, работ, услуг, участников экономических отношений в области креативных индустрий	18	1	3			14
9	Тема 9 Юридическая ответственность и судебная практика в сфере креативных индустрий	18	2				16
10	Тема 10 Проблемы и перспективы государственного регулирования деятельности в области креативных индустрий. Итоги курса. Применение знаний в будущей профессиональной деятельности	18	1	3			14
	Итого:	108	18	18			72
	Итого	**108**	**18**	**18**			**72**

3.2.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
4 семестр							
1	Тема 1 Предмет, метод и задачи курса «Государственное регулирование в креативных индустриях»	18	2				16
2	Тема 2. Конституционные основы правового регулирования в креативных индустриях	18	2	4			12
3	Тема 3. Законодательство РФ о конкуренции, защите прав потребителей и его роль в правовом регулировании в креативных индустриях	18	2				16
4	Тема 4. Государственное регулирование и контроль в сфере креативных индустрий.	18	2	4			12
5	Тема 5. Саморегулирование в сфере креативных индустрий	18	2	4			12
6	Тема 6. Регулирование использования объектов интеллектуальной собственности в различных сегментах креативного ранка	18	2				16
7	Тема 7 Авторское право, смежные права, ноу-хау в креативных индустриях	18	2				16
8	Тема 8 Охрана средств индивидуализации товаров, работ, услуг, участников экономических отношений в области креативных индустрий	18	1	3			14
9	Тема 9 Юридическая ответственность и судебная практика в сфере креативных индустрий	18	2				16
10	Тема 10 Проблемы и перспективы государственного регулирования деятельности в области креативных индустрий. Итоги курса. Применение знаний в будущей профессиональной деятельности	18	1	3			14
	Итого:	108	18	18			72
	Итого	**108**	**18**	**18**			**72**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Предмет, метод и задачи курса «Государственное регулирование в креативных индустриях»

Место законодательства о рекламе и ПР в российской системе права. Предмет, метод и задачи учебной дисциплины. Содержание курса. Источники законодательства о рекламе и

ПР. Международные договоры в области рекламы и ПР. История правового регулирования рекламной и ПР деятельности в России и в зарубежных странах. Социальные функции рекламы и ПР: образовательная, экономическая, эстетическая, воспитательная.

Тема 2. Конституционные основы правового регулирования в креативных индустриях

Конституционные основы экономической и политической системы Российской Федерации. Конституция РФ о рекламной информации. Базовые конституционные нормы о свободе слова, информации, предпринимательской деятельности, творчества, запрете цензуры. Споры о компетенции федеральных, региональных и муниципальных органов власти в сфере регулирования рекламной и ПР деятельности. Роль Конституции РФ в правовом регулировании деятельности креативной индустрии в России.

Тема 3. Законодательство о конкуренции, защите прав потребителей и его роль в правовом регулировании в креативных индустриях

Понятия конкуренции, монополистической деятельности, недобросовестной конкуренции. Цели законодательства о защите конкуренции. Недобросовестная конкуренция и недобросовестная реклама. Роль законодательства о защите конкуренции в регулировании деятельности креативной индустрии. Понятия: потребитель, продавец, исполнитель, изготовитель по закону «О защите прав потребителей». Права потребителя на информацию, качество товара, работы, услуги. Иные права потребителя. Необходимость соблюдения прав потребителя при распространении рекламной информации. Ответственность за нарушение прав потребителя.

Тема 4. Государственное регулирование и контроль в сфере креативных индустрий

Задачи и основные принципы государственного регулирования рекламной деятельности. Механизм государственного регулирования рекламной деятельности: правовые, экономические, административные методы регулирования.

Антимонопольные органы, их полномочия по государственному регулированию и контролю в области креативной сферы. Полномочия региональных и муниципальных органов в сфере регулирования креативной индустрии.

Тема 5. Саморегулирование в сфере креативных индустрий

Методы и средства саморегулирования в сфере креативной индустрии. Органы саморегулирования, формы их деятельности. Саморегулирование рекламной деятельности участниками креативного процесса. Международный кодекс рекламной практики. Российский рекламный кодекс. Свод обычаев и правил делового оборота в промышленной сфере.

Тема 6. Регулирование использования объектов интеллектуальной собственности в различных сегментах креативного ранка

Понятие и правовое регулирование интеллектуальной собственности. Исключительные права и их использование в креативной индустрии РФ. Виды интеллектуальных прав, общие принципы правового регулирования. Договоры об

использовании объектов интеллектуальной собственности: содержание, структура, требования к оформлению, заключению, исполнению. Особенности ответственности за нарушения прав на интеллектуальную собственность.

Тема 7. Авторское право, смежные права, ноу-хау в креативных индустриях

Понятие авторского права и смежных прав. Объекты и субъекты авторского права. Неимущественные и имущественные права авторов и их защита в креативной индустрии. Объекты и субъекты смежных прав. Международная охрана авторских и смежных прав. Понятие и принципы правовой охраны секретов производства (ноу-хау) в креативных индустриях.

Тема 8. Охрана средств индивидуализации товаров, работ, услуг, участников экономических отношений в области креативных индустрий

Понятие товарного знака, знака обслуживания. Принципы их правовой охраны. Виды товарных знаков. Исключительное право на товарный знак. Регистрация, использование товарного знака. Передача (продажа) прав. Наименование места происхождения товара, принципы его правовой охраны, регистрация и использование. Правовая охрана фирменных наименований и коммерческих обозначений. Защита средств индивидуализации.

Тема 9. Юридическая ответственность и судебная практика в сфере креативных индустрий

Гражданско-правовая ответственность в сфере креативной индустрии. Основание и содержание административной, налоговой, материальной ответственности за нарушения законодательства РФ в области креативной сферы. Дисциплинарная ответственность.

Рассмотрение споров в сфере рекламы и ПР арбитражными судами. Типичные случаи обращения в арбитражные суды. Арбитражная практика разрешения споров.

Рассмотрение дел о рекламе и ПР судами общей юрисдикции. Особенности исков о защите прав потребителей.

Тема 10. Проблемы и перспективы государственного регулирования деятельности в области креативных индустрий. Итоги курса. Применение знаний в будущей профессиональной деятельности

Итоги изучения курса. Обобщение учебного материала по государственному регулированию в креативной индустрии. Проекты и перспективы изменений законодательства в данной области. Обзор последних изменений законодательства. Правовые принципы и рекомендации по осуществлению профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия

3 семестр (очная и очно-заочная формы), 4 семестр (заочная форма)

Тема 1. Конституционные основы правового регулирования в креативных индустриях.
1.1 Конституция РФ о правах, свободах и обязанностях граждан России.
1.2 Судебная система РФ.

1.3 Государственный контроль и надзор в экономической сфере.
Тема 2. Государственное регулирование и контроль в сфере креативных индустрий.
2.1 Федеральный закон «О рекламе», его структура и сфера применения.
2.2 Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» структура и сфера применения.
2.3 Указы Президента РФ, регулирующие общественные отношения в сфере креативных индустрий.
Тема 3. Саморегулирование в сфере креативных индустрий.
3.1 История появления в РФ саморегулируемых организаций в сфере деятельности креативных индустрий.
3.2 Саморегулирование в сфере рекламы.
3.2 Деятельность маркетинговых организаций в РФ.
Тема 4. Охрана средств индивидуализации товаров, работ, услуг, участников экономических отношений в области креативных индустрий.
4.1 Средства индивидуализации и их классификация.
4.2 Патентная деятельность в России.
4.3 Особенности регистрации средств индивидуализации и защиты своих прав.
Тема 5. Проблемы и перспективы государственного регулирования деятельности в области креативных индустрий. Итоги курса. Применение знаний в будущей профессиональной деятельности.
5.1 Мировой опыт государственного регулирования в области функционирования креативных индустрий.
5.2 Международный кодекс рекламной практики, его значение и использование за пределами РФ.
5.3 Российский рекламный кодекс документ досудебного урегулирования споров в сфере деятельности креативных индустрий.

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Курсовая по дисциплине не предусмотрена

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) \ КонсультантПлюс - https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/(дата обращения: 17.08.2023).

2. "КонсультантПлюс" - законодательство РФ: кодексы, законы, указы, постановления Правительства Российской Федерации, нормативные акты - https://www.consultant.ru/(дата обращения: 17.08.2023).

3. ГАРАНТ - Законодательство (кодексы, законы, указы, постановления) РФ, аналитика, комментарии, практика.- https://www.garant.ru/ (дата обращения: 17.08.2023).

4.2 Основная литература

1. Особенности правового регулирования рекламы в Российской Федерации [Электронный ресурс]: учебник – Эл. изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 157 с.). - Григорьев Н.Ю. 2021. – Режим доступа: http://scipro.ru/conf/advertising.pdf. Сист. требования: Adobe Reader; экран 10'

2. Правовое регулирование распространения рекламы и отдельных видов товаров [Электронный ресурс]: учебник – Эл. изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 145 с.). - Григорьев Н.Ю. 2022. – Режим доступа: http://scipro.ru/conf/advertisingright.pdf. Сист. требования: Adobe Reader; экран 10'.
3. Саморегулирование и государственный надзор в сфере рекламы и массовой коммуникации в России [Электронный ресурс]: учебник – Эл. изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 112 с.). - Григорьев Н.Ю. 2022. – Режим доступа: http://scipro.ru/conf/advertisingright2.pdf. Сист. требования: Adobe Reader; экран 10'.
4. Богацкая С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности. М.: Логос, 2007.
5. Правоведение. 3-е изд., / Под ред.Кутафина О.Е.; М.: Юристъ ; 2010.
6. Гражданское право. Учебник в 4-х томах./ под ред.Суханова Е.А. – М.: Волтерс Клувер, 2010.
7. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., пе- рераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К"», 2014.

4.3 Дополнительная литература

1. Административное право. Учебник, наиболее современное издание М.: Дашков и К, 2008.
2. Алексеев С.В. Маркетинговое право. М.: Норма, 2004.
3. Антипов К.В. Основы рекламы: учебник. - М.: Дашков и Ко, 2009.
4. Громов Л.П., Никитин О.А. Средства массовой информации в современном мире. – СПб.: Вузовская книга, 2010.
5. Дворецкий В.Р. Комментарий к новому закону «О рекламе». М.: ГроссМедиа, 2006.
6. Договоры в деятельности средств массовой информации и комментарии к ним / Воинов А.Е. и др. – Екатеринбург: - Урал-Пресс, 2003.
7. Информационное право. Учебник, наиболее современное издание М.: ИВЭСЭП, 2006.
8. Комментарий к Конституции РФ, наиболее современное издание М.: Речь, 2014.
9. Комментарий к Гражданскому кодексу РФ, наиболее современное издание М.: Речь, 2013.
10. Конституционное право. Учебник, наиболее современное издание М.: Речь, 2014.
11. Мамонова Е.А. Правовое регулирование рекламы. М.: Дашков и К, 2008.
12. Малышева М.Ф., Попова А.В. Правовое регулирование рекламной деятельности. М.: Дашков и К, 2009.
13. Морозов А.А. Правовое регулирование рекламной деятельности в Российской Федерации. М.: ИВЭСЭП, 2006.
14. Российский рекламный кодекс М.: Речь, 2011.
15. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: Учебник. наиболее современное издание М.: Речь, 2013.
16. Правоведение. Учебник / под ред. А.В.Малько. М.: КноРус, 2008.
17. Толкачев А.Н. Реклама и рекламная деятельность в России. Закон и практика. М: Эксмо, 2008.
18. Харитонов М.В. Реклама и PR в массовых коммуникациях. – М.: Речь, 2008.
19. Шарков Ф.И. Правовое регулирование коммуникационной деятельности: в рекламе, связях с общественностью, журналистике. М.: Дашков и К, 2008.
20. Эриашвили Н.Д. и др. Правовое регулирование рекламной деятельности. М.: Юнити-Дана, 2009.
21. Эркенова Ф. Саморегулирование в рекламе. М.: «РИП-холдинг», 2003.

4.4 Электронные образовательные ресурсы

1. Особенности правового регулирования рекламы в Российской Федерации [Электронный ресурс]: учебник – Эл. изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 157 с.). - Григорьев Н.Ю. 2021. – Режим доступа: http://scipro.ru/conf/advertising.pdf. Сист. требования: Adobe Reader; экран 10'
2. Правовое регулирование распространения рекламы и отдельных видов товаров [Электронный ресурс]: учебник – Эл. изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 145 с.). - Григорьев Н.Ю. 2022. – Режим доступа: http://scipro.ru/conf/advertisingright.pdf. Сист. требования: Adobe Reader; экран 10'.

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. Microsoft Windows 10 Pro
2. Microsoft Office 2007
3. KasperskyAnti-Virus

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов. https://urait.ru/?
2. Brand Analytics - система мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ https://br-analytics.ru/
3. База данных Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.corpmedia.ru/
4. База данных Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.akarussia.ru/node/5025
5. База данных Интернет-сообщества профессиональных менеджеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.e-xecutive.ru
6. База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: https://openedu.ru/course/
7. База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ramu.ru/ramu-program.php
8. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pr-club.com/
9. Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pressservice.ru/terms/141/
10. Энциклопедия маркетинга. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru
11. Scopus - База данных научных рефератов и цитирования – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/ 1
12. Survio интернет-сервис для создания и проведения опросов - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.survio.com/ru/
13. Testograf, интернет-сервис для создания и проведения опросов - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.testograf.ru/ru/

5 Материально-техническое обеспечение

1. Лекционная аудитория, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций.
2. Аудитория для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации.
3. Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы и курсового проектирования. 4. Библиотека, читальный зал.

6 Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который наряду с традиционной ролью носителя знания выполняет функцию организатора научно-поисковой работы студента, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении лекционных и практических занятий по данной дисциплине.

Формы организации учебной деятельности по дисциплине Б1.2.9 «Государственное регулирование в креативных индустриях»: лекция, практические занятия, самостоятельная работа студентов, зачет и экзамен.

Учитывая значимость дисциплины в профессиональном становлении экономиста в области финансового и управленческого учета к ее изучению предъявляются следующие организационные требования:

– обязательное посещение студентом всех видов аудиторных занятий; ведение конспекта в ходе лекционных занятий; качественная самостоятельная подготовка к практическим занятиям, активная работа и выступления на них;

– активная, ритмичная внеаудиторная работа студента; своевременная сдача преподавателю отчетных материалов по аудиторным и внеаудиторным видам работ.

Специфика дисциплины Б1.2.9 «Государственное регулирование в креативных индустриях» состоит в том, что рассмотрение теоретических вопросов на лекциях тесно связано с практическими занятиями. В этих условиях на лекциях особенно большое значение имеет реализация следующих задач:

1) глубокое осмысливание ряда понятий и положений, введенных в теоретическом курсе;
2) раскрытие прикладного значения теоретических сведений;
3) развитие творческого подхода к решению практических и некоторых теоретических вопросов;
4) закрепление полученных знаний путем практического использования;

Наряду с перечисленными выше образовательными целями, лекционные занятия должны преследовать и важные цели воспитательного характера, а именно:

а) воспитание настойчивости в достижении конечной цели;
б) воспитание дисциплины ума, аккуратности, добросовестного отношения к работе;
в) воспитание критического отношения к своей деятельности, умения анализировать свою работу, искать оптимальный путь решения, находить свои ошибки и устранять их.

В учебном процессе предполагается использовать активные и интерактивные формы обучения студентов, которые должны опираться на творческое мышление студентов, в наибольшей степени активизировать познавательную деятельность, делать их соавторами

новых идей, приучать их самостоятельно принимать оптимальные решения и способствовать их реализации.

В аудиторной работе со студентами предполагается проведение **лекционных занятий** в интерактивной форме в виде традиционных (информационных) лекций и лекций-дискуссий.

При чтении информационных лекций рекомендуется использовать слайд-лекции, каждая из которых должна содержит конспект материала по определенной теме дисциплины.

При проведении лекции-дискуссии преподаватель при изложении лекционного материала использует ответы слушателей на свои вопросы и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами. Для лекций-дискуссий преподаватель должен заранее подготовить определенные вопросы.

Практические занятия проводятся в виде анализа конкретных ситуаций и выработки решения. Также предполагается проведение практических занятий в форме семинаров-бесед и тематических семинаров.

Семинар-беседа - наиболее распространенный вид. Проводится в форме развернутой беседы по плану с кратким вступлением и заключением преподавателя, предполагает подготовку к занятиям всех обучающихся по всем вопросам плана семинара, позволяет вовлечь максимум студентов (слушателей) в активное обсуждение темы. Достигается это путем заслушивания развернутого выступления нескольких студентов (слушателей) по конкретным вопросам плана, дополнений других, рецензирования выступлений, постановки проблемных вопросов.

Тематический - это вид семинара готовится и проводится с целью акцентирования внимания студентов на какой-либо актуальной теме или на наиболее важных и существенных ее аспектах. Перед началом семинара студентам дается задание – выделить существенные стороны темы, или же преподаватель может это сделать сам в том случае, когда студенты затрудняются, проследить их связь с практикой общественной или трудовой деятельности. Тематический семинар углубляет знания студентов, ориентирует их на активный поиск путей и способов решения затрагиваемой проблемы

В ходе изучения дисциплины студенту необходимо выполнить **внеаудиторную работу**, которая состоит из следующих видов работ: самостоятельное изучение тем, самоподготовка к практическим занятиям и к текущему контролю, а также написание рефератов или эссе.

Современный студент должен уметь эффективно уметь применять технологии и инструменты искусственного интеллекта (далее по тексту – ИИ). ИИ может быть использован для поиска информации, выбора и применения данных, генерации идей и объектов, но при этом соответствовать кодексу этики в сфере ИИ и авторского права, критически оценивать полученные результаты, проверять достоверность источников и адаптировать материал под конкретные учебные задачи. Преподаватель формирует у обучающихся следующие навыки:

- выбор системы ИИ по назначению и для предметной области, определяемой учебной дисциплиной с учетом жизненного цикла системы ИИ, на основе принципа максимизации пользы для человека;
- добровольное и добросовестное информирование о применении ИИ;
- выработка навыка маркировки применения ИИ;
- соблюдение положений законодательства РФ, регулирующего использование ИИ;

- ответственность через осознание универсальной личной обязанности этического использования систем ИИ, влекущего последствия применения ИИ;

- поиск лучших практик применения ИИ в предметной области, формируемой учебной дисциплиной, коллаборацией ВУЗов и индустриальными партнерами;

- понимание набора данных, алгоритмов и методов обработки данных, применяемых для группирования, классификации, типизации и определения факторов;

- осмысленной работы с ИИ, избегая бездумного копирования готовых решений прикладных задач.

Преподавателю следует ориентировать студентов на использование при подготовке к текущей и итоговой аттестации по дисциплине, оригинальной версии нормативных документов, действующих в настоящее время.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по освоению дисциплины.
Лекционные занятия

.

Проведение практических занятий по дисциплине Б1.2.9 «Государственное регулирование в креативных индустриях» осуществляется в следующих формах:

- опрос по материалам, рассмотренным на лекциях и изученным самостоятельно по рекомендованной литературе;
- анализ и обсуждение практических ситуаций по темам.

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным.

Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение конспектов лекционного материала и рекомендованной литературы для адекватного понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине Б1.2.9 «Государственное регулирование в креативных индустриях» проходит в форме зачета. Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине Б1.2.9 «Государственное регулирование в креативных индустриях» и критерии оценки ответа обучающегося на экзамене для целей оценки достижения заявленных индикаторов сформированности компетенции приведены в составе ФОС по дисциплине в настоящей рабочей программы.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине независимо от результатов текущего контроля. При этом, в случае дистанционного проведения занятий, учитывается активность обучающихся в течении периода обучения, присутствие на всех формах проведения занятий и личное участие в освоении дисциплины (написание рефератов, эссе, участие в конференциях, диспутах и т.д.).

7. Фонд оценочных средств по дисциплине

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

Текущим контролем в ходе освоения дисциплины обучающимися является: оценивание подготовки и выполнения заданий к практическим/семинарским занятиям, которые оцениваются преподавателем; выполнение тестов, представленные в системе СДО электронного образовательного ресурса, по изучению каждой из тем курса, а также

итогового теста, которым завершается изучение дисциплины в семестре. Также методами контроля и оценивания результатов является устный опрос и подготовка и выступление с докладами и презентацией.

Код и наименование компетенций	**Индикаторы достижения компетенции**	**Форма контроля**	**Этапы формирования (разделы дисциплины)**
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	**ИУК-1.1.** Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими. **ИУК-1.2.** Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников.	Промежуточный контроль: Текущий контроль: опрос на практических занятиях; реферат, тестирование	Темы 1-10
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	**ИУК-3.1.** Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной стратегии сотрудничества. **ИУК-3.2.** Планирует, организует, мотивирует, оценивает и корректирует совместную деятельность по достижению поставленной цели с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов. **ИУК-3.3.** Применяет способы, методы и стратегии оптимизации социально-психологического климата в коллективе, предупреждения и разрешения конфликтов, технологии обучения и развития	Промежуточный контроль: Текущий контроль: опрос на практических занятиях; реферат, тестирование	Темы 1-10

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции	Форма контроля	Этапы формирования (разделы дисциплины)
	профессиональной и коммуникативной компетентности членов команды.		
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью.	**ИПК-1.1.** Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия. **ИПК-1.2.** Формулирует требования коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям. **ИПК-1.3.** Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	Промежуточный контроль: Текущий контроль: опрос на практических занятиях; реферат, тестирование	Темы 1-10

7.2. Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания

7.2.1 Критерии оценки ответа на экзамене

(формирование компетенций, индикаторы компетенций)

«5» (отлично): обучающийся демонстрирует системные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

«4» (хорошо): обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.

«3» (удовлетворительно): обучающийся демонстрирует неглубокие теоретические знания, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает не достаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ предмета, отсутствие практических навыков, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

7.2.2 Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях

«5» (отлично): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

«4» (хорошо): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

«3» (удовлетворительно): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями; студент ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

7.2.3 Критерии оценки реферата (эссе)

«5» (отлично): тема реферата актуальна и раскрыта полностью; реферат подготовлен в установленный срок; оформление, структура и стиль изложения реферата соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; реферат выполнен самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; подготовлен доклад, излагаемый без использования опорного конспекта.

«4» (хорошо): тема реферата актуальна, но раскрыта не полностью; реферат подготовлен в установленный срок; оформление, структура и стиль изложения реферата соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; реферат выполнен самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; подготовлен доклад, излагаемый с использованием опорного конспекта.

«3» (удовлетворительно): тема реферата актуальна, но раскрыта не полностью; реферат подготовлен с нарушением установленного срока представления; оформление, структура и стиль изложения реферата не в полной мере соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; в целом реферат выполнен самостоятельно, однако очевидно наличие заимствований без ссылок на источники; подготовлен доклад, излагаемый с использованием опорного конспекта.

«2» (неудовлетворительно): тема реферата актуальна, но не раскрыта; реферат подготовлен с нарушением установленного срока представления; оформление, структура и стиль изложения реферата не соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; в реферате очевидно наличие значительных объемов заимствований без ссылок на источники; доклад не подготовлен.

7.2.4. Критерии оценки тестирования

Тестирование оценивается в соответствии с процентом правильных ответов, данных студентом на вопросы теста.

Стандартная шкала соответствия результатов тестирования выставляемой балльной оценке:

- «отлично» - свыше 85% правильных ответов;
- «хорошо» - от 70,1% до 85% правильных ответов;
- «удовлетворительно» - от 55,1% до 70% правильных ответов;
- от 0 до 55% правильных ответов – «неудовлетворительно»

«5» (отлично): тестируемый демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминами и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«4» (хорошо): тестируемый в целом демонстрирует системные теоретические знания, владеет большинством терминов и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«3» (удовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, он владеет некоторыми терминами и на вопросы теста реагирует достаточно медленно.

«2» (неудовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, терминологией он не владеет и на вопросы теста реагирует медленно.

7.2.5. Итоговое соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированности компетенций по дисциплине:

Уровень сформированности компетенции	**Оценка**	**Пояснение**
Высокий	«5» (отлично)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне; компетенции сформированы
Средний	«4» (хорошо)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями; компетенции в целом сформированы
Удовлетвори-	«3»	теоретическое содержание и практические навыки по

тельный	(удовлетворительно)	дисциплине освоены частично, но пробелы не носят существенного характера; большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки; компетенции сформированы частично
Неудовлетвори-тельный	«2» (неудовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине не освоены; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий; компетенции не сформированы

7.3 Оценочные средства

7.3.1 Примерные темы рефератов (эссе)

1. Сущность права, причины его возникновения и функции.
2. Система права. Норма права. Источники права. Предмет и метод правового регулирования.
3. Система Российского законодательства. Условия и порядок вступления в силу нормативных правовых актов.
4. Правоотношения и правовые факты.
5. Правонарушения и юридическая ответственность.
6. Конституция Российской Федерации. Основные права и свободы граждан России.
7. Участники гражданско-правовых отношений в Российской Федерации.
8. Общие положения о договоре. Порядок заключения договора.
9. Трудовой договор: сущность, стороны, условия и процедура заключения.
10. Дисциплина труда. Охрана труда. Поощрения и наказания.
11. Реклама как объект правового регулирования.
12. Законодательное регулирование рекламной и ПР деятельности.
13. Виды рекламы, определяемые российским законодательством.
14. Субъекты рекламной деятельности.
15. Общие требования, определяемые законодательством о рекламе.
16. Специальные требования к размещению отдельных видов рекламы.
17. Правила рекламирования отдельных видов товаров.
18. Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации в рекламе и связях с общественностью.
19. Государственный контроль в сфере рекламы и ПР деятельности.
20. Саморегулирование рекламной и ПР деятельности.
21. Налоговое законодательство о рекламе и ПР деятельности.
22. Государственный контроль за соблюдением законодательства о рекламе и ПР деятельности.
23. Требования к учету, оформлению, ведению и хранению материалов дел о нарушениях законодательства о рекламе и ПР деятельности.
24. Подготовка и ведение судебных дел о нарушении законодательства о рекламе и ПР деятельности.
25. Судебная практика в сфере рекламы и ПР деятельности.

7.3.2 Промежуточный контроль (вопросы к зачету)

1. Сущность права, причины его возникновения и функции.
2. Система права. Норма права. Источники права. Предмет и метод правового регулирования.
3. Система Российского законодательства. Условия и порядок вступления в силу нормативных правовых актов.
4. Правоотношения и правовые факты.
5. Правонарушения и юридическая ответственность.
6. Конституция Российской Федерации. Основные права и свободы граждан России в экономической сфере.
7. Основные права и свободы граждан России в политической сфере.
8. Основные права и свободы граждан России в социальной сфере.
9. Основные права и свободы граждан России в сфере культуры. Обязанности гражданина РФ.
10. Участники гражданско-правовых отношений в Российской Федерации.
11. Общие положения о договоре. Порядок заключения договора.
12. Трудовой договор: сущность, стороны, условия и процедура заключения.
13. Время труда и отдыха. Социальные гарантии в сфере труда.
14. Дисциплина труда. Охрана труда. Поощрения и наказания.
15. Каковы цели и сфера применения Федерального закона РФ «О рекламе».
16. Перечислите основные понятия, применяемые в рекламной деятельности и в чем их сущность.
17. Назовите общие требования к рекламе в России.
18. Назовите виды рекламы, определяемые российским законодательством.
19. Каковы субъекты рекламной деятельности.
20. Как происходит защита несовершеннолетних в рекламе.
21. Перечислите товары, реклама которых не допускается.
22. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи.
23. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий.
24. В чем сущность социальной рекламы.
25. Каковы сроки хранения рекламных материалов.
26. Каков срок действия рекламы, признаваемой офертой.
27. Как предоставляется реклама рекламодателем.
28. Особенности распространения рекламы в телепрограммах и телепередачах.
29. Особенности распространения рекламы в радиопрограммах и радиопередачах.
30. Особенности распространения рекламы в периодических печатных изданиях.
31. Особенности распространения рекламы при кино- и видеообслуживании.
32. Особенности распространения рекламы по сетям электросвязи.
33. Наружная реклама и установка рекламных конструкций.
34. Особенности распространения рекламы на транспортных средствах с их использованием.
35. Особенности распространения рекламы алкогольной продукции.
36. Особенности распространения рекламы пива и напитков, изготовленных на его основе.
37. Особенности распространения рекламы табака, табачных изделий и курительных принадлежностей.
38. Особенности распространения рекламы лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения.
39. Особенности распространения рекламы биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания.
40. Особенности распространения рекламы основанных на риске игр, пари.

41. Особенности распространения рекламы продукции военного назначения и оружия.
42. Особенности распространения рекламы финансовых услуг.
43. Особенности распространения рекламы ценных бумаг.
44. Особенности распространения рекламы услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением.
45. Особенности распространения рекламы деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации.
46. Саморегулируемые организации в сфере рекламы и их права в России.
47. Полномочия антимонопольного органа в РФ на осуществление государственного надзора в сфере рекламы.
48. Представление информации в антимонопольный орган.
49. Обязанности антимонопольного органа по соблюдению коммерческой, служебной и иной охраняемой законом тайны.
50. Организация и проведение проверок в сфере рекламы в России.
51. Решение и предписания антимонопольного органа по результатам рассмотрения дел, возбуждаемых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
52. Оспаривание решений и предписаний антимонопольного органа.
53. Ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе и ПР деятельности
54. Судебная практика в сфере рекламы и ПР.
55. Общие положения о средствах массовой информации в России.
56. Организация деятельности средств массовой информации в РФ.
57. Исследование объема зрительской аудитории телеканалов (телепрограмм, телепередач).
58. Условия распространения массовой информации в России.
59. Отношение средств массовой информации с гражданами и организациями в РФ.
60. Межгосударственное сотрудничество в области массовой информации.
61. Судебная практика защиты чести, достоинства, деловой репутации
62. Роль Европейского суда по правам человека в регулировании деятельности СМИ
63. Проблемы применения уголовной ответственности за преступления в сфере информационной деятельности.
64. Практика применения административной ответственности за правонарушения в сфере информационной деятельности
65. Практика применения гражданско-правовой ответственности за правонарушения в сфере информационной деятельности
66. Сравнительный анализ кодексов профессионального поведения PR-специалиста
67. Современные тенденции развития правового регулирования и саморегулирования PR-деятельности в зарубежных странах.
68. Проблемы правового регулирования деятельности в сфере связей с общественностью
69. Правовые основы состояния и развития СМИ в России.
70. Взаимоотношения законодательных, исполнительных, судебных органов власти и средств массовой информации.