

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего
образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)
Новороссийский филиал
Кафедра «Экономика, финансы и менеджмент»**



С.Н. Поленова, Е.Н. Домбровская

Правовое регулирование бизнеса

Рабочая программа дисциплины

для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика
профиль

«Корпоративные финансы» (заочное обучение)

*Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала Финуниверситета
протокол № 26 от 27 августа 2020 г.*

Одобрено кафедрой «Экономика, финансы и менеджмент»

протокол № 1 от 26 августа 2020 г.

Новороссийск 2020

Составитель: Стрижак М.С. Правовое регулирование бизнеса: Рабочая программа дисциплины для обучающихся по направлению 38.03.01 «Экономика» профиль

«Корпоративные финансы» (заочное обучение), программа подготовки бакалавров.
- Новороссийск: Финансовый университет, кафедра «Экономика, финансы и менеджмент», 2020. – 38 с.

Программа содержит перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, ее место в структуре образовательной программы, содержание дисциплины и виды учебной работы, содержание разделов программы, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

Рабочая программа предназначена для эффективной организации учебного процесса и включает содержание дисциплины, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины, фонд оценочных средств для промежуточной аттестации, методические указания по освоению дисциплины, описание материально-технической базы.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Наименование дисциплины	5
2.	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	5
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
4.	Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	6
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	7
5.1	Содержание дисциплины	7
5.2	Учебно-тематический план	8
5.3	Содержание семинаров, практических занятий	9
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	10
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	12
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	15
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	17
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	18
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	19
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	20

1 . Наименование дисциплины

«Правовое регулирование медиабизнеса»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹	Результаты обучения (владения ² , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	1. Мониторит динамику развития общественных и государственных институтов для создания актуального контента медиапродуктов, востребованного целевой аудиторией	знать: методы мониторинга динамики развития общественных и государственных институтов; потребности целевой аудитории; уметь: создавать актуальный контент медиапродуктов, востребованный целевой аудиторией с учетом динамики развития общественных и государственных институтов.
		2. Прогнозирует тенденции развития общественных и государственных институтов для оказания воздействия на вектор их эволюции с помощью социально одобряемых технологий	знать: тенденции развития общественных и государственных институтов; уметь: определять тенденции развития общественных и государственных институтов для оказания воздействия на вектор их эволюции с помощью социально одобряемых технологий.
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	1. Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	знать: специфику медиакоммуникационных систем своей страны и мира уметь: ориентироваться в тенденциях развития медиабизнеса своей страны и мира
		2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня	знать: специфику формальных и неформальных институтов экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющих на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня уметь: ориентироваться в особенностях формальных и неформальных институтов

¹ Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

² Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

			экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющих на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	1. Учитывает индивидуальную и коллективную ответственность перед обществом за результаты профессиональной деятельности в соответствии с существующими правовыми и моральными нормами	знать: правовые и моральные нормы в контексте профессиональной деятельности уметь: выстраивать стратегию социальной ответственности
		2. Следует кодексу профессиональной этики, регулирующего способы достижения целей социально одобряемыми методами	знать: профессиональные этические кодексы уметь: реализовывать профессиональную деятельность в рамках существующей профессиональной этики, принятой на уровне кодексов

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Правовое регулирование медиабизнеса» входит в модуль общепрофессиональных дисциплин направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность программы магистратуры «Медиабизнес».

Дисциплина «Правовое регулирование медиабизнеса» дает магистрантам возможность расширить профессиональный кругозор, выработать аналитические навыки, необходимые для решения в будущем профессиональных задач.

4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 1

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Модуль 4 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	6/216	6/216
Контактная работа - Аудиторные занятия	60	60
Лекции	20	20
Семинары, практические занятия	40	40
Самостоятельная работа	156	156

<i>Вид текущего контроля</i>	<i>Контрольная работа</i>	<i>Контрольная работа</i>
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в медиаправо

Особенности медийного регулирования. Основные «медийные» законы. Правовой статус рекламодателя, рекламораспространителя, рекламопроизводителя. Международное нормативное регулирование. Социальные тренды и саморегулирование в области рекламы.

Тема 2. Нормативное регулирование деятельности медиа

Нормативное регулирование деятельности владельцев медиа-инвентаря – СМИ, владельцев конструкций наружной рекламы, владельцев веб-сайтов.

Правовой статус СМИ. Разрешительная документация владельцев медиа. Нестандартные носители рекламы: граффити, реклама на асфальте, реклама на дорожных знаках. Основные медийные показатели эффективности рекламной кампании – рейтинги, GRP, TRP, охват. Требования к рекламе на ТВ и радио (продолжительность рекламы, возрастные ограничения). Ответственность за нарушения законодательства в области рекламы.

Тема 3. Требования к рекламным материалам

Общие требования к рекламным материалам. Обращение к несовершеннолетним в рекламе. Общие запреты в области рекламы. Специальные требования к рекламе (фармакология, алкоголь, табачные принадлежности, азартные игры).

Тема 4. Нормативное регулирование в диджитал среде

Виды интернет-рекламы. Нормативное регулирование programmatic / Big Data. Brand Safety. Viewability. Fraud Protection. Регулирование рекламы в социальных сетях. Правовые риски и особенности рекламных коллабораций с

блогерами.

Тема 5. IP Rights в рекламе

IP Rights. Объекты интеллектуальной собственности, возникающие при создании рекламных материалов. Правовое разграничение творческой и технической работы. Использование товарных знаков в рекламе. Product placement. Правовые ограничения в контекстном поиске.

Тема 6. Нормативное регулирование рекламных спецпроектов

Правовое регулирование различных видов рекламных спецпроектов – рекламные конкурсы и акции, адвергейминг, экспонирование, акции с кэшбэками, спонсорств, сэмплинг.

Учебно-тематический план

Таблица 2

№	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1.	Введение в медиаправо	36	10	4	6	26	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
2.	Нормативное регулирование деятельности медиа	38	12	4	8	26	Деловая игра, анализ кейсов, групповая дискуссия
3.	Требования к рекламным материалам	36	10	4	6	26	Анализ кейсов, групповая дискуссия
4.	Нормативное регулирование в диджитал среде	38	12	4	8	26	Деловая игра, анализ кейсов, групповая дискуссия
5.	IP Rights в рекламе	34	8	2	6	26	Разбор рекламных материалов, разбор судебных кейсов
6.	Нормативное регулирование рекламных спецпроектов	34	8	2	6	26	Разбор рекламных спецпроектов, групповая дискуссия
	В целом по дисциплине	216	60	20	40	156	Согласно учебному плану:

							контрольная работа
	Итого %	100	28	33	67	72	

Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8, 9	Формы проведения занятий
Тема 1. Введение в медиаправо	<p>Особенности медийного регулирования. «Медийные» законы. Правовой статус рекламодателя, рекламораспространителя, рекламопроизводителя.</p> <p>Международное нормативное регулирование (ССРА, GDPR).</p> <p>Социальные тренды и саморегулирование в области рекламы (кодекс ICC, маркетинговые кодексы брендов, ANA, ISBA, российские – Русбренд, АКАР).</p> <p>Рекомендуемые источники из раздела 8: все источники Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники</p>	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
Тема 2. Нормативное регулирование деятельности медиа	<p>Нормативное регулирование деятельности владельцев медиа-инвентаря.</p> <p>Правовой статус СМИ. Разрешительная документация владельцев медиа.</p> <p>Нормативные требования к должной осмотрительности при выборе медийного партнера.</p> <p>Договорное структурирование в области рекламы.</p> <p>Ключевые особенности агентского договора/договора оказания услуг в области рекламы.</p> <p>Налоговый аспект договорного структурирования.</p> <p>Рекомендуемые источники из раздела 8: все источники Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники</p>	Деловая игра, анализ кейсов, групповая дискуссия
Тема 3. Требования к рекламным материалам	<p>Общие требования к рекламным материалам.</p> <p>Обращение к несовершеннолетним в рекламе.</p> <p>Общие запреты в области рекламы.</p> <p>Специальные требования к рекламе (фармакология, алкоголь, табачные изделия, азартные игры).</p> <p>Рекламные материалы с точки зрения соблюдения требований и ограничений действующего законодательства.</p> <p>Формирование предложений по доработке рекламных материалов.</p> <p>Рекомендуемые источники из раздела 8: все источники Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники</p>	Анализ кейсов, групповая дискуссия
Тема 4. Нормативное регулирование в диджитал среде	<p>Виды интернет-рекламы (онлайн видео, баннеры, нативные блоки, реклама в социальных сетях).</p> <p>Нормативное регулирование programmatic / Big Data. Brand Safety. Viewability. Fraud Protection.</p> <p>Регулирование рекламы в социальных сетях.</p> <p>Рекламные коллаборации с блогерами – правовые риски и особенности.</p> <p>Рекомендуемые источники из раздела 8: все источники Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники</p>	Деловая игра, анализ кейсов, групповая дискуссия

<p>Тема 5. IP Rights в рекламе</p>	<p>Что такое IP Rights? Какие объекты интеллектуальной собственности возникают при создании рекламных материалов? Правовое разграничение творческой и технической работы. Использование товарных знаков в рекламе. Product placement – законно ли это? Правовые ограничения в контекстном поиске. Рекламные материалы с точки зрения защиты IP Rights.</p> <p>Рекомендуемые источники из раздела 8: все источники Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники</p>	<p>Разбор рекламных материалов, разбор судебных кейсов</p>
<p>Тема 6. Нормативное регулирование рекламных спецпроектов</p>	<p>Правовое регулирование различных видов рекламных спецпроектов. Рекламные конкурсы и акции. Адвергейминг. Экспонирование. Акции с кэшбэками. Спонсорство. Сэмплинг. Разбор реальных рекламных спецпроектов.</p> <p>Рекомендуемые источники из раздела 8: все источники Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники</p>	<p>Разбор рекламных спецпроектов, групповая дискуссия</p>

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
<p>Тема 1. Введение в медиаправо</p>	<p>Международное нормативное регулирование (ССРА, GDPR). Социальные тренды и саморегулирование в области рекламы (кодекс ICC, маркетинговые кодексы брендов, ANA, ISBA, российские – Русбренд, АКАР).</p>	<p>- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме</p>
<p>Тема 2. Нормативное регулирование деятельности медиа</p>	<p>Нормативные требования к должной осмотрительности при выборе медийного партнера. Договорное структурирование в области рекламы. Ключевые особенности агентского договора/договора оказания услуг в области рекламы. Налоговый аспект договорного структурирования.</p>	<p>- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - анализ договора и выявление основных рисков в зависимости от заданной роли; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме</p>
<p>Тема 3. Требования к рекламным материалам</p>	<p>Общие требования к рекламным материалам. Обращение к несовершеннолетним в рекламе. Общие запреты в области рекламы.</p>	<p>- работа с учебной, научной и справочной литературой;</p>

	Специальные требования к рекламе (фармакология, алкоголь, табачные изделия, азартные игры).	<ul style="list-style-type: none"> - подготовка к дискуссии по теме; - анализ рекламных материалов на предмет соблюдения законодательства; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Тема 4. Нормативное регулирование в диджитал среде	Онлайн видео, баннеры, нативные блоки, реклама в социальных сетях. Нормативное регулирование programmatic / Big Data. Brand Safety. Viewability. Fraud Protection. Рекламные коллаборации с блогерами.	<ul style="list-style-type: none"> - работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - подготовка переговорной позиции в зависимости от заданной роли; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Тема 5. IP Rights в рекламе	Правовое разграничение творческой и технической работы. Product placement – законно ли это? Правовые ограничения в контекстном поиске. Рекламные материалы с точки зрения защиты IP Rights.	<ul style="list-style-type: none"> - работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - подготовка к разбору рекламных материалов, судебных кейсов; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Тема 6. Нормативное регулирование рекламных спецпроектов	Рекламные конкурсы и акции. Адвергейминг. Экспонирование. Акции с кэшбэками. Спонсорство. Сэмплинг. Разбор реальных рекламных спецпроектов.	<ul style="list-style-type: none"> - работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - анализ рекламных спецпроектов; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме

Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерные темы контрольной работы

1. Раскройте особенности медийного регулирования.
2. Опишите нестандартные носители рекламы (граффити, реклама на асфальте, реклама на дорожных знаках).

3. Укажите специальные требования к рекламе алкоголя, табачных изделий, принадлежностей, азартных игр.
4. Опишите процесс регулирования рекламы в социальных сетях.
5. Определите правовые особенности и риски рекламных коллабораций с блогерами.
6. Укажите, какие объекты интеллектуальной собственности возникают при создании рекламных материалов.
7. Определите правовые ограничения в контекстном поиске.
8. Опишите особенности правового регулирования различных видов спецпроектов.
9. Укажите нормативные требования к должной осмотрительности при выборе медийного партнера.
10. Раскройте налоговый аспект договорного структурирования.
11. Определите, какие объекты интеллектуальной собственности возникают при создании рекламных материалов.

Примеры заданий:

1. Проанализируйте договор и выявите основные риски в зависимости от заданной роли.
2. Проанализируйте нормативное регулирование рекламных конкурсов и акций (на примере конкретного конкурса / акции).
3. Опишите правовое разграничение творческой и технической работы.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях департамента.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2. «Перечень планируемых результатов освоения

образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний
Примеры оценочных средств для проверки компетенций, формируемых дисциплиной

компетенция	 типовые задания
<p>ОПК-2: Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>1. <u>Мониторит динамику развития общественных и государственных институтов для создания актуального контента медиапродуктов, востребованного целевой аудиторией</u> Задание В малых группах проанализировать особенности правового регулирования различных видов спецпроектов в России.</p> <p>2. <u>Прогнозирует тенденции развития общественных и государственных институтов для оказания воздействия на вектор их эволюции с помощью социально одобряемых технологий</u> Задание Проанализировать тенденции развития правового регулирования медиабизнеса (на примере конкретной страны).</p>
<p>ОПК-5: Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>1. <u>Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</u> Задание Проанализировать рекламные материалы на предмет соблюдения законодательства (на примере конкретной страны).</p> <p>2. <u>Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня</u> Задание В малых группах подготовить переговорную позицию в зависимости от заданной роли (рекламодатель, рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламное агентство).</p>
<p>ОПК-7: Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>1. <u>Учитывает индивидуальную и коллективную ответственность перед обществом за результаты профессиональной деятельности в соответствии с существующими правовыми и моральными нормами</u> Задание Проведение деловой игры: проверка медийного партнера (определение нормативных требований к должной осмотрительности при выборе партнера).</p> <p>2. <u>Следует кодексу профессиональной этики, регулирующего способы достижения целей социально одобряемыми методами</u> Задание</p>

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Особенности правового регулирования медиабизнеса.
2. Правовой статус рекламодателя, рекламодателя, рекламодателя, рекламопроизводителя.
3. Международное нормативное регулирование.
4. Саморегулирование в области рекламы.
5. Нормативное регулирование деятельности владельцев медиа-инвентаря.
6. Правовой статус средств массовой информации.
7. Основные медийные показатели эффективности рекламной кампании.
8. Требования к рекламе на радио (продолжительность рекламы, возрастные ограничения).
9. Требования к рекламе на телевидении (продолжительность рекламы, возрастные ограничения).
10. Ответственность за нарушения законодательства в области рекламы.
11. Общие запреты в области рекламы.
12. Специальные требования к рекламе алкоголя, табачных принадлежностей, азартных игр.
13. Виды интернет-рекламы.
14. Нормативное регулирование programmatic / Big Data.
15. Регулирование рекламы в социальных сетях.
16. Правовые риски и особенности рекламных коллабораций с блогерами.
17. IP Rights в рекламе.
18. Объекты интеллектуальной собственности, возникающие при создании рекламных материалов.
19. Правовое разграничение технической и творческой работы.
20. Использование товарных знаков в рекламе.
21. Product placement.
22. Правовые ограничения в контекстном поиске.

23. Правовое регулирование различных видов рекламных спецпроектов (рекламные конкурсы и акции, адвергейминг, экспонирование, акции с кэшбэками, спонсорства, сэмплинг).

Пример экзаменационного билета

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования**

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса
Дисциплина «Правовое регулирование медиабизнеса»
Факультет _____
Модуль _____
Форма обучения _____
Профиль _____

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1 вопрос (20 баллов)

Особенности правового регулирования медиабизнеса.

2 вопрос (20 баллов)

Объекты интеллектуальной собственности, возникающие при создании рекламных материалов.

3 вопрос (20 баллов)

Опишите рекламные материалы с точки зрения защиты IP Rights.

Подготовил: _____ Ф.И.О.

Утверждаю:
Руководитель Департамента ... _____ Ф.И.О.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Донских, А. Г. Журналистика и новейшие медиа в аспекте права, деонтологии и медиаобразования. Новые реалии : монография / А. Г. Донских ; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. - 121 с. – ЭБС ZNANIUM.com. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1308371> (дата обращения: 22.10.2021). – -
Текст : электронный.

2. Информационное право : учебник для вузов / М. А. Федотов [и др.] ; под редакцией М. А. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 497 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469790> (дата обращения: 22.10.2021). — Текст : электронный.

3. Ульбашев, А. Х. Правовые основы журналистики. Общий курс медиарегулирования : учебник для вузов / А. Х. Ульбашев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 189 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475617> (дата обращения: 22.10.2021). — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

4. Бачило, И. Л. Информационное право : учебник для вузов / И. Л. Бачило. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468354> (дата обращения: 22.10.2021). — Текст : электронный.

5. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 109 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473557> (дата обращения: 22.10.2021). — Текст : электронный.

6. Позднякова, Е. А. Авторское право : учебник и практикум для вузов / Е. А. Позднякова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 238 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469232> (дата обращения: 22.10.2021). — Текст : электронный.

7. Третьякова, О. В. Правовые основы журналистики : учебник : [16+] / О. В. Третьякова. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. — 472 с. : схем., табл. — DOI 10.23681/612950. - ЭБС Университетская библиотека online. — URL:

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612950> (дата обращения:

22.10.2021– Текст : электронный.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Электронные ресурсы БИК:

Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>

Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>

Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН»
<http://biblioclub.ru/>

Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>

Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <https://e.lanbook.com/>

Электронно-библиотечная система издательства Проспект
<http://ebs.prospekt.org/books>

Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>

Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»
<https://grebennikon.ru/>

Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>

Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>

Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>

Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира <http://search.ebscohost.com>

Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>

Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>

Oxford Scholarship Online <https://oxford.universitypressscholarship.com/>

Коллекция научных журналов Oxford University Press
<https://academic.oup.com/journals/>

ProQuest: База данных Business Ebook Subscription на платформе Ebook Central
<https://search.proquest.com/>

ProQuest Dissertations & Theses A&I <https://search.proquest.com/>

Scopus <https://www.scopus.com>

Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks
<http://link.springer.com/>

Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления» <http://eduvideo.online/>

Web of Science <http://apps.webofknowledge.com>

Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>

- Annual Reviews
- Cambridge University Press
- The Institute of Physics (IOP) Publishing
- Nature
- Oxford University Press
- Royal Society of Chemistry
- SAGE Publications
- Science
- Taylor & Francis Group

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа – учебная, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и под руководством преподавателя. Самостоятельная работа предполагает усвоение теоретического материала на базе изучения и систематизации материалов первоисточников, монографий, статей, отработку навыков работы с базами данных, моделирования политических процессов. Преподаватель планирует содержание и объем самостоятельной работы, контролирует результаты самостоятельной работы. Самостоятельная работа включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме

учебной дисциплины предлагается перечень заданий для самостоятельной работы по отдельным темам методические рекомендации разработаны и размещены на образовательном портале.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Контрольная работа направлена на выявление знаний студентов по рассматриваемой теме и степени форсированности компетенций.

Контрольная работа представляет собой аналитический отчет по результатам авторского исследования по заданной тематике. Объем не более 15 листов страницы А4.

Структура отчета: Введение (актуальность темы, разработанность проблемы, обоснование и описание замысла исследования. Далее под каждую исследовательскую задачу должен быть составлен отдельный раздел, в конце выводы и корректный список литературы. Приложение: программа, база данных и визуализация результатов. Далее разработанная контрольная работа обсуждается на семинаре.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Windows, Microsoft Office.
2. Антивирус ESET Endpoint Security

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
4. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» - <http://www.skrin.ru/>

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не используются

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-технические условия проведения лекционных занятий обеспечиваются аудиториями, оснащенными компьютерами на платформе Intel, проекторами, а также маркерными досками.

Материально-технические условия проведения практических занятий обеспечиваются компьютерные классы, оснащенные персональными компьютерами (компьютер, проектор, экран) на платформе Intel (AMD или аналогичной), выделенными серверами на платформе Intel (AMD), объединенные в локальную сеть университета и имеющие доступ к глобальной сети Интернет оборудованных проектором. Презентационная техника.