

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

Должность: ректор

Дата подписания: 28.09.2023 12:36:45

Уникальный программный ключ:

4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa125a774747307b9b9f0cde

**Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»  
(г. Краснодар)**

**(НАНЦОВ ВО Академия ИМСИТ)**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе, доцент

\_\_\_\_\_ Н.И. Севрюгина

17 апреля 2023 г.

**Б1.О.05.07**

**МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПОДГОТОВКИ**

**Правовое регулирование связей с общественностью  
и рекламы**

**рабочая программа дисциплины (модуля)**

Закреплена за кафедрой	<b>Кафедра педагогики и межкультурных коммуникаций</b>		
Учебный план	42.03.01 Реклама и связи с общественностью		
Квалификация	<b>бакалавр</b>		
Форма обучения	<b>очная</b>		
Общая трудоемкость	<b>3 ЗЕТ</b>		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах:	
в том числе:		зачеты 6	
аудиторные занятия	64		
самостоятельная работа	43,8		
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)	0		

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	уп	рп		
Неделя	16 1/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Контактная работа на аттестации	0,2	0,2	0,2	0,2
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64,2	64,2	64,2	64,2
Сам. работа	43,8	43,8	43,8	43,8
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

*ксоцн, доцент кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций, Жидяева Елена Сергеевна*

Рецензент(ы):

*кфн, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «КубГУ», Немец Г.Н.; директор по маркетингу группы компаний «Р-класс» , Луговой А.А.*

Рабочая программа дисциплины

**Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 26.11.2020 г. № 1456)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 17.04.2023 протокол № 9.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Кафедра педагогики и межкультурных коммуникаций**

Протокол от 22.03.2023 г. № 6

Зав. кафедрой Прилепский В.В

Согласовано с представителями работодателей на заседании НМС, протокол №9 от 17 апреля 2023 г.

Председатель НМС проф. Павелко Н.Н.

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

- 1.1 раскрыть сущность и роль права как совокупности норм, регулирующих общественные отношения, которые возникают в связи с деятельностью средств массовой информации, созданием и использованием материалов средств массовой информации, их ответственностью, а также в связи с созданием, функционированием и закрытием организаций средств массовой информации, с профессиональной деятельностью редакторов и журналистов в Российской Федерации и зарубежных странах; влияние международной и отечественной судебной практики на деятельность средств массовой информации.

Задачи: -дать обучающимся представление об основных понятиях дисциплины;  
 -изучить основные принципы регулирования вопросов свободы слова, информации и печати;  
 -рассмотреть ограничения на оборот информации, её конфиденциальность, государственная тайна, нормы, институты и судебные дела в сфере деятельности средств массовой информации в РФ  
 -содействовать формированию правового сознания и правовой культуры обучающихся.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.05
-------------------	---------

**2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

- |       |  |
|-------|--|
| 2.1.1 | Основы национальной безопасности           |
| 2.1.2 | Политология                                |
| 2.1.3 | Правоведение                               |
| 2.1.4 | История (история России, всеобщая история) |
| 2.1.5 | Экономическая теория                       |
| 2.1.6 | Культурология                              |
| 2.1.7 | Введение в коммуникационные специальности  |

**2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**

- |       |  |
|-------|--|
| 2.2.1 | Основы национальной безопасности           |
| 2.2.2 | Политология                                |
| 2.2.3 | Безопасность жизнедеятельности             |
| 2.2.4 | Теория и практика связей с общественностью |

**3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ и планируемые результаты обучения****УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению**

**УК-10.1: Знает: действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней**

**Знать**

- |           |  |
|-----------|--|
| Уровень 1 | удовлетворительно знает действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней |
| Уровень 2 | хорошо знает действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней            |
| Уровень 3 | отлично знает действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней           |

**Уметь**

- |           |  |
|-----------|--|
| Уровень 1 | удовлетворительно умеет анализировать действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней |
| Уровень 2 | хорошо умеет анализировать действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней            |
| Уровень 3 | отлично умеет анализировать действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней           |

**УК-10.2: Умеет: планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме**

**Знать**

- |           |   |
|-----------|---|
| Уровень 1 | удовлетворительно осведомлен о планировании, организации и проведении мероприятий, обеспечивающих формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме |
| Уровень 2 | хорошо осведомлен о планировании, организации и проведении мероприятий, обеспечивающих формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме            |

Уровень 3	отлично осведомлен о планировании, организации и проведении мероприятий, обеспечивающих формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	удовлетворительно умеет: планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме
Уровень 2	хорошо умеет: планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме
Уровень 3	отлично умеет: планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	удовлетворительно владеет умением планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме
Уровень 2	хорошо владеет умением планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме
Уровень 3	отлично владеет умением планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме
<b>УК-10.3: Владеет: навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	удовлетворительно осведомлен о взаимодействии в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции
Уровень 2	хорошо осведомлен о взаимодействии в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции
Уровень 3	отлично осведомлен о взаимодействии в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	удовлетворительно умеет взаимодействовать в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции
Уровень 2	хорошо умеет взаимодействовать в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции
Уровень 3	отлично умеет взаимодействовать в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	удовлетворительно владеет навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции
Уровень 2	удовлетворительно владеет навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции
Уровень 3	удовлетворительно владеет навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции
<b>ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</b>	
<b>ОПК-5.1: Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	удовлетворительно знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уровень 2	хорошо знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уровень 3	отлично знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	удовлетворительно умеет анализировать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уровень 2	хорошо умеет анализировать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уровень 3	отлично умеет анализировать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	удовлетворительно владеет навыками анализа совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

	национальном и региональном уровнях
Уровень 2	хорошо владеет навыками анализа совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уровень 3	отлично владеет навыками анализа совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
<b>ОПК-5.2: Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	удовлетворительно осведомлен об осуществлении своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Уровень 2	хорошо осведомлен об осуществлении своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Уровень 3	отлично осведомлен об осуществлении своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	удовлетворительно умеет осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Уровень 2	хорошо умеет осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Уровень 3	отлично умеет осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	удовлетворительно владеет навыками осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Уровень 2	хорошо владеет навыками осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Уровень 3	отлично владеет навыками осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
<b>ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</b>	
<b>ОПК-7.1: Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	удовлетворительно знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
Уровень 2	хорошо знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
Уровень 3	отлично знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	удовлетворительно умеет использовать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
Уровень 2	хорошо умеет использовать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
Уровень 3	отлично умеет использовать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	удовлетворительно владеет навыками использования цеховых принципов социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности

Уровень 2	хорошо владеет навыками использования цеховых принципов социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
Уровень 3	отлично владеет навыками использования цеховых принципов социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
<b>ОПК-7.2: Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	удовлетворительно осведомлен об осуществлении отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Уровень 2	хорошо осведомлен об осуществлении отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Уровень 3	отлично осведомлен об осуществлении отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	удовлетворительно умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Уровень 2	хорошо умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Уровень 3	отлично умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	удовлетворительно владеет навыками осуществления отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Уровень 2	хорошо владеет навыками осуществления отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Уровень 3	отлично владеет навыками осуществления отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Практ. подг.
	<b>Раздел 1. Раздел 1 Вводная часть</b>					
1.1	Источники законодательства о СМИ. Организация деятельности редакции. Государственная политика в области СМИ. Свобода информации. /Лек/	6	10	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	
1.2	Источники законодательства о СМИ. Организация деятельности редакции. Государственная политика в области СМИ. Свобода информации. /Пр/	6	10	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	
1.3	Источники законодательства о СМИ. Организация деятельности редакции. Государственная политика в области СМИ. Свобода информации. /Ср/	6	20	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	
	<b>Раздел 2. Раздел 2 Правовое регулирование деятельности СМИ</b>					

2.1	Лицензирование и регулирование телерадиовещания. Деятельность СМИ в предвыборный период. Интеллектуальная собственность. Регулирование рекламы. Ограничения на распространение в СМИ. Интернет, новые СМИ и их правовое регулирование. Защита чести, достоинства и деловой репутации. неприкосновенность частной жизни /Лек/	6	22	ОПК-7.1 ОПК-7.2 УК-10.1 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2
2.2	Лицензирование и регулирование телерадиовещания. Деятельность СМИ в предвыборный период. Интеллектуальная собственность. Регулирование рекламы. Ограничения на распространение в СМИ. Интернет, новые СМИ и их правовое регулирование. Защита чести, достоинства и деловой репутации. неприкосновенность частной жизни /Пр/	6	22	ОПК-7.1 ОПК-7.2 УК-10.1 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2
2.3	Лицензирование и регулирование телерадиовещания. Деятельность СМИ в предвыборный период. Интеллектуальная собственность. Регулирование рекламы. Ограничения на распространение в СМИ. Интернет, новые СМИ и их правовое регулирование. Защита чести, достоинства и деловой репутации. неприкосновенность частной жизни /Ср/	6	23,8	ОПК-7.1 ОПК-7.2 УК-10.1 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2
<b>Раздел 3. Раздел 3. Промежуточная аттестация</b>					
3.1	Зачет /КА/	6	0,2	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 УК-10.1 УК-10.2 УК-10.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Перечень вопросов к зачету по дисциплине

«Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы»

1. Характеристика Закона РФ «О средствах массовой информации».
2. Свобода массовой информации.
3. Международные акты о СМИ.
4. Периодические печатные издания.
5. Формы продукции средств СМИ.
6. Недопустимость цензуры.
7. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации.
8. Законодательство о средствах массовой информации.
9. Организация деятельности средств массовой информации.
10. Регистрация средства массовой информации.
11. Прекращение и приостановление деятельности средства массовой информации.
12. Статус редакции.
13. Устав редакции.
14. Статус издателя.
15. Информационные агентства.
16. Иные средства массовой информации.
17. Распространение массовой информации.

19. Выход в свет (в эфир).
20. Лицензия на вещание.
21. Аннулирование лицензии.
22. Хранение материалов радио- и телепередач.
23. Обязательные сообщения.
24. Правовое регулирование рекламы.
25. Недобросовестная реклама.
26. Право на получение информации.
27. Запрос информации.
28. Отказ и отсрочка в предоставлении информации.
29. Авторские произведения и письма.
30. Право на опровержение. Порядок опровержения. Основания отказа в опровержении.
31. Право на ответ.
32. Права журналиста. Обязанности журналиста.
33. Аккредитация.
34. Недопустимость злоупотребления правами журналиста.
35. Специальный статус журналиста.
36. Межгосударственное сотрудничество в области массовой информации.
37. Ответственность за нарушение законодательства о средствах массовой информации.
38. Ответственность за ущемление свободы массовой информации.
39. Ответственность за злоупотребление свободой массовой информации.
40. Право интеллектуальной собственности: понятие, основные положения, ответственность за нарушения.
41. Возмещение морального вреда при злоупотреблении свободой массовой информации.
42. Правовое регулирование Интернета.
43. Ограничения на распространение в СМИ
44. Основные положения о неприкосновенности частной жизни в РФ

## 5.2. Темы письменных работ

### Контрольные работы

- Вариант №1. Тема: Законодательство о средствах массовой информации.
- Вариант №2. Тема: Права и обязанности журналиста.
- Вариант №3. Тема: Ответственность за ущемление свободы массовой информации.
- Вариант №4. Тема: Правовое регулирование рекламы.
- Вариант №5. Тема: Защита чести, достоинства и деловой репутации.
- Вариант №6. Тема: Источники законодательства о СМИ.
- Вариант №7. Тема: Правовое регулирование Интернета.
- Вариант №8. Тема: Право и обязанность журналистов на сохранение в тайне конфиденциальных источников информации, ответственность за распространение секретной информации. Государственная тайна. Коммерческая тайна, иная конфиденциальная информация. Запрос информации.
- Вариант №9. Тема: Регулирование и контроль телерадиовещания. Виды вещателей. Лицензирование, ограниченный ресурс и новые технологии.
- Вариант №10. Тема: Правовое обеспечение журналистского расследования.

## 5.3. Фонд оценочных средств

Контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков:

### 4.1 Тестовые и практические задания для проверки качества освоения курса

#### РАЗДЕЛ 1. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

##### А) Тестовое задание.

##### Тестовые задания 1

1. К средствам массовой информации не относится:
  - 1) пресса;
  - 2) радио;
  - 3) художественная литература;
  - 4) телевидение.
2. К средствам массовой информации относится:
  - 1) литература;
  - 2) телевидение;



- 3) театр;
- 4) киноискусство.
3. В чем проявляется культурологическая функция СМИ:
- 1) предоставление актуальной информации о различных сферах деятельности людей;
- 2) формирование общественного мнения и создание социальных стереотипов;
- 3) снятие социальной напряженности, интеграция общества;
- 4) взаимодействие с массовой культурой.
4. Для регулирующей функции СМИ характерно:
- 1) предоставление информации и возможность прогнозирования действий;
- 2) манипуляции и управление общественным сознанием;
- 3) функции социального контроля;
- 4) формирует эстетический вкус, способствует сохранению культурных традиций.
5. С какой функцией СМИ связано понятие массовой культуры:
- 1) информационной;
- 2) регулирующей;
- 3) культурологической;
- 4) социализации.
6. Массовая коммуникация представляет собой:
- 1) систему взаимосвязей, позволяющую получить практически одновременный доступ к социально значимым сообщениям большому числу людей, независимо от места расположения, социального статуса.
- 2) систему взаимосвязей, позволяющую получить ограниченный доступ к социально значимым сообщениям большому числу людей, независимо от места расположения, социального статуса.
- 3) Систему взаимосвязей, позволяющую получить доступ к социально значимым сообщениям небольшому числу людей в зависимости от места расположения, социального статуса.
4. Какое из утверждений о природе СМИ является неверным:
- 1) увеличение объемов информационных программ;
- 2) возможность интерактивности;
- 3) СМИ не учитывают запросы потребителя;
- 4) СМИ предоставляет оценочную и социально значимую информацию.
5. Социально обусловленное явление, основной функцией которого является воздействие на аудиторию через содержание передаваемой информации, называется:
- 1) социальным институтом;
- 2) массовой коммуникацией;
- 3) социальным фактом;
- 4) средствами массового воздействия.
6. К техническим средствам коммуникации в отличие от СМИ относят:
- 1) телевидение;
- 2) прессу;
- 3) телефон;
- 4) радиостанцию.
7. К средствам массовой информации относят:
- 1) телеканал Россия;
- 2) книжное издательство «Просвещение»;
- 3) театр «Современник»;
- 4) телетайп
8. Какой из основополагающих принципов законодательства в сфере массовой информации назван не правильно?
- 1) принцип свободы массовой информации;
- 2) принцип баланса интересов;
- 3) принцип идеологического однообразия;
- 4) принцип судебного разрешения споров.
9. Кто из перечисленных лиц не может выступать учредителем СМИ?
- 1) органы государственной власти и органы местного самоуправления;
- 2) объединения граждан, предприятие, учреждение, организация, деятельность которой законом не запрещена;
- 3) гражданин другого государства или лицо без гражданства, не проживающее постоянно на территории РФ;
- 4) гражданин, прибывающий в местах лишения свободы по решению суда.
10. Деятельности СМИ может быть прекращена или приостановлена:
- 1) по решению органов государственной власти;

- 2) по решению учредителя;
- 3) по решению суда по иску регистрирующего органа.
11. Отказ в предоставлении запрашиваемой СМИ информации
- 1) возможен по решению должностного лица;
- 2) не возможен;
- 3) возможен, если информация содержит коммерческую или государственную тайну.
12. Редакция не обязана:
- 1) отвечать на письма граждан и пересылать эти письма организациям и должностным лицам, в чью компетенцию входит их рассмотрение;
- 2) соблюдать авторские права на используемые произведения;
- 3) сохранять в тайне источник информации.
13. Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информации
- 1) Телевидение
- 2) Радио
- 3) Пресса
- 4) Интернет
14. Первоначальное значение слова «газета»:
- 1) периодическое печатное издание;
- 2) информационный листок;
- 3) текст на пергаменте;
- 4) итальянская мелкая монета, составлявшая цену письменного сообщения о какой-либо товарной новости.
15. Рождение прессы датируется
- 1) 1600 годом;
- 2) 1603 годом;
- 3) 1609 годом;
- 4) 1700 годом.
16. Первая российская печатная газета называлась:
- 1) «Ведомости»;
- 2) «Известия»;
- 3) «Куранты»;
- 4) «Новости».
17. Информационное общество — это:
- 1) общество, в котором господствует государственная информационная политика;
- 2) общество, в котором налажен информационный обмен;
- 3) общество с развитыми СМИ;
- 4) открытое общество, в котором в качестве базисной характеристики выступает доминирующая личностная собственность на знания и информацию, имеющая свойства товара

## Б) Практическое задание

### Практическое задание 1

#### Задание 1.

Дайте определения следующих понятий:

Информация – это

Массовая коммуникация –

Средство массовой информации –

Функции СМИ-

Задание 2. Составить таблицу. Привести аргументы о пользе и вреде СМИ.

Польза СМИ

Вред СМИ

#### А) Тестовое задание 2

1. Под коммуникацией в широком смысле понимается:

А. Система, в которой осуществляется взаимодействие.

Б. Процесс взаимодействия.

В. Способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию.

Г. Система, процесс взаимодействия, способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию.

2. Под коммуникацией в узком смысле понимается:

- А. Общение, передача информации от человека (группы) к человеку (группе); специфическая форма их взаимодействия в процессе жизнедеятельности с помощью языка и других сигнальных форм связи.
- Б. Передача информации от человека (группы) к кибернетической системе.
- В. Специфическая форма их взаимодействия в профессиональной деятельности.
- Г. Взаимодействие с помощью невербальных форм связи.

3. По Ж. Д'Арси права человека на коммуникацию, включают:

- А. Возможность обеспечения материальных условий коммуникации.
- Б. Возможность обеспечения иматериальных и духовных условий коммуникации.
- В. Возможность обеспечения материальных условий коммуникации и условия для развития рыночных отношений.
- Г. Возможность обеспечения исключительно духовных условий коммуникации.

4. Социология изучает:

- А. Функциональные особенности общения различных социальных групп, представляющего их взаимодействие.
- Б. Передачу и получение смысловой и оценочной информации с целью повышения эффективности жизнедеятельности.
- В. Механизм оказания воздействия на определенные сообщества.
- Г. Исключительно общение профессиональных групп.

5. Для социолога важно исследование коммуникации как:

- А. Познания психологических особенностей взаимодействия субъектов.
- Б. Социально обусловленного процесса, в рамках которого формируются индивидуальные и групповые установки коммуникативного поведения.
- В. Взаимодействие коммуникативных факторов преимущественно в экономической системе общества.
- Г. Определение единиц, категорий и частных функций маркетинговых коммуникаций.

6. Коммуникативные цели это:

- А. Выделение видов коммуникативных систем.
- Б. Определение уровней массовой коммуникации.
- В. Установление, поддержание взаимосвязей между заинтересованными субъектами.
- Г. Формирование совокупности поступков, мероприятий, обеспечивающих достижение превосходства одной группы над другой.

7. В социологии коммуникации:

- А. Изучаются только межличностные коммуникации.
- Б. Исследуется психологический процесс достижения взаимопонимания между людьми.
- В. Всесторонне изучаются только массовая коммуникация.
- Г. Изучаются все виды социальных коммуникаций с социологической точки зрения.

8. Историю развития коммуникаций хронологически можно рассматривать как:

- А. Как стадии коммуникационных революций:
  - 1) изобретение письменности;
  - 2) изготовление печатного станка (эра Гутенберга);
  - 3) внедрение электронных масс-медиа ("Третья волна" Э.Тоффлера);
  - 4) развитие интерактивной электронной коммуникации и виртуализация коммуникаций ("Четвертая волна" Ф.Шаркова).
- Б. Преодоление физических, географических, административно-государственных, цензурных границ.
- В. Историческое изучение социальных факторов, обуславливающие влияние массовой коммуникации на формирование общественного мнения.
- Г. Переход от межличностных к межгрупповым и массовым формам коммуникации.

9. Социальная коммуникация это:

- А. Взаимодействие в информационном обществе человека с киберсистемами.
- Б. Формирование социального знания и оценочных категорий коммуникации.
- В. Коммуникации, обусловленные социальными факторами.
- Г. Взаимодействие людей, обусловленная целым рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в обществе, в дан-ном социуме.

10. Общими условиями функционирования массовой коммуникации являются:

- А. Социальная значимость информации, способствующая возникновению, распространению и поддержанию функционирования массовой коммуникации;

- Б. Наличие массовой аудитории, социальная значимость информации, наличие соответствующих средств, многоканальность коммуникаций.
- В. Наличие соответствующих средств, поддерживающих процесс функционирования массовых коммуникаций.
- Г. Многоканальность осуществляемых коммуникаций и вариативность коммуникативных средств.
11. Коммуникативный процесс это:
- А. Процесс получения информации людьми о состоянии природной среды.
- Б. Динамическая смена коммуникантов на различных этапах коммуникативного процесса.
- В. Процесс взаимодействия между различными субъектами коммуникации при котором осуществляется обмен информацией, включающий в себя динамическую смену этапов формирования, передачи, приема, расшифровки и использования информации в обоих направлениях при взаимодействии коммуникантов.
- Г. Прием и расшифровка информации о состоянии атмосферы.
12. Коммуникативная личность представляет собой:
- А. Специфический социальный феномен, исключительно одаренный человек.
- Б. Личность, обладающая целым рядом индивидуальных характеристик (коммуникабельность, харизма и др.), способствующих выполнению таких социально значимых функций как взаимодействие и воздействие.
- В. «Коммуникабельный» человек, который резко ограничивает свои действия ради сохранения своих личных секретов.
- Г. Личность, имеющая способность быстро устанавливать контакты с нужными людьми.
13. Элементами линейной цепи коммуникации являются:
- А. Кодирование, передача сигнала, канал (передаточный механизм), прием и декодирование, обратная связь, помехи и барьеры.
- Б. Преобразование сигнала в форму, обеспечивающую оптимальную передачу сигнала по определенному каналу коммуникации.
- В. Устное обращение, телефонная и интерактивная (двухсторонняя телесвязь), собрания, митинги, шествия и др.
- Г. Передача прием и декодирование сигнала.
14. Аргументация это:
- А. Попытка выяснить причины собственного непонимания или неприятия установок другой стороной.
- Б. Приведение примеров из личной жизни для собственного понимания и для убеждения реципиента (стороне, которая принимает информацию).
- В. Процесс суждений, приводимых в подтверждение истинности другого суждения (кон-цепции, теории), процедура, служащая обоснованию точки зрения аргументатора.
- Г. Перечисление аргументов и фактов, которые в науке выступают как основные факторы разработки научных положений.
15. Под речевой коммуникацией социологами понимается:
- А. Речь публичного политика.
- Б. Социально обусловленный вид деятельности людей, разговорное общение, в процессе которого происходит обмен мыслями, информацией, эмоциональным переживанием собеседников.
- В. Процесс установления и развития контактов между людьми с целью обмена информацией.
- Г. Актуализация коммуникативной функции языка в тех или иных речевых ситуациях.
16. Барьеры коммуникации это:
- А. Помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между коммуникатором и реципиентом, препятствующие адекватному приему, пониманию и усвоению со-общений в процессе осуществления коммуникативных связей.
- Б. Препятствия, возникающие при применении системного подхода к формированию и изучению моделей коммуникации.
- В. Это помехи, мешающие осуществлению информационного процесса в социокультурном контексте.
- Г. Это помехи, препятствующие нарушению социальных закономерностей во взаимодействии между коммуникатором и реципиентом.
17. Барьеры коммуникации по характеру действующих помех подразделяются на:
- А. Опасные и неопасные.
- Б. Желательные и нежелательные.
- В. Простые и сложные
- Г. Технические, психологические, психофизиологические, социальные, культурно-национальные.
18. В межличностных коммуникациях:
- А. Как отправителем, так и получателем выступают отдельные индивиды; осуществляются непосредственные контакты между субъектами общения.
- Б. Отсутствует обратная связь, которая не нужна, так как нет необходимости оказывать регулирующее воздействие на ход

общения.

В. Осуществляется одновременное двухстороннее сообщение, что обязательно обогащает мировоззрение участников коммуникации.

Г. Сам процесс коммуникации имеет доминирующую ценность, что позволяет из содержания коммуникации полностью исключить негативные моменты.

19. Межличностная форма коммуникации:

А. Менее формализована, чем массовые коммуникации, содержание и форма определяется исходя из функций массовой коммуникации.

Б. В некоторых случаях формализована в своих проявлениях.

В. Исключает ролевые функции сторон в общении.

Г. Играет главную роль в формировании и социализации личности. в противовес массовым формам носит более стандартный, рациональный и инструментальный характер.

20. Какую роль играет информация в коммуникативной системе?

А. Поскольку структура знаний намного сложнее структуры информации не имеет смысла говорить о роли информации в коммуникативной системе.

Б. По своему содержанию социальная информация является совокупностью знаний о состоянии и взаимодействии различных институтов общества и воздействия общественного сознания на общественную практику.

В. Информация, как комплекс сведений, необходимых для успешного функционирования коммуникативной системы, является основным обязательным элементом любой коммуникативной системы.

Г. Социальная информация - это актуальная для общества и находящаяся в обращении часть знания. Она включает в себя сведения, отражающие объективную и субъективную социальную реальность о процессах, мотивах, чувствах, настроениях, фактах, основанных на интересах и потребностях различных социальных групп.

^ 21. Какое из суждений о массовой информации является наиболее правильным?

А. Массовая информация — это политическая информация, которая раздражает “простое население”, поскольку в средствах массовой информации сплошная ложь.

Б. Потоки информации, циркулирующие в обществе и обслуживающие различные социальные организации представляют собой массовую информацию.

В. Массовая информация является видом социальной информации, которым пользуется послушная масса людей.

Г. Массовая информация универсальна по своему содержанию, ее адресат представляет собой систему «с открытыми границами». Или иначе массовая информация является видом социальной информации, которым пользуется большая по величине масса людей как на этапе ее производства, так и на этапах распространения и потребления.

22. Средства массовой информации (СМИ) являются:

А. Инструментом массовой обработки мнения населения в пользу наиболее богатых слоев населения

Б. Средствами, посредством которых актуальная информация доносится до большинства населения.

В. Массовым средством хранения информации на бумажном или электронном носителе.

Г. Разновидностью средств массовой коммуникации, назначение которых собирать массовую информацию.

Б) Практическое задание 2

Задание 1.

На основе данных для выполнения задания произвести группировку ниже перечисленных действий по отраслям права.

Данные для выполнения задания.

- 1) Порядок привлечения лица, совершившего преступление к уголовной ответственности
- 2) Усыновление ребенка.
- 3) Виды прав и свобод человека и гражданина; основы конституционного строя РФ.
- 4) Порядок заключения трудового договора; рабочее время и время отдыха
- 5) Формирование бюджета.
- 6) Понятия правоспособности и дееспособности
- 7) Регулирование земельных отношений.

Группировку произвести в виде таблицы:

- 1 Конституционное право
- 2 Финансовое право
- 3 Трудовое право
- 4 Гражданское право
- 5 Семейное право
- 6 Земельное право
- 7 Уголовно-процессуальное право

Задание 2.

Соотнесите государственные органы с принципами организации и деятельности механизма государства, относящимися к

их формированию и функционированию:

- |                       |                   |
|-----------------------|-------------------|
| 1. Правительство РФ   | А независимость   |
| 2. Президент РФ       | Б иерархичность   |
| 3. органы прокуратуры | В единоначалие    |
| 4. суд                | Г коллегиальность |

Задание 3.

В первой колонке таблицы дается понятие, во второй - его определение. Найдите соответствие.

N

п/п	Понятия	Определения
1.	определенное общественное отношение	Государство
2.	представления о добре и зле, правильном и неправильном, плохом и хорошем	Конституция
3.	высшую юридическую силу	Суверенитет
4.	внешней политической деятельности	Норма права
5.	управление обществом	Нормы морали

Задание 4.

Порядок источников права Российской Федерации по мере убывания их юридической силы:

- [ 1]: Федеральные законы  
 [ 2]: Конституция Российской Федерации  
 [ 3]: Указы Президента Российской Федерации  
 [ 4]: Федеральные конституционные законы  
 [ 5]: Акты Правительства России

Раздел 2. Правовое регулирование деятельности СМИ

А) Тестовое задание 1.

1. 1. Автор, по действующему законодательству - ....  
 а) физическое лицо, творческим трудом которого создано произведение;  
 б) юридическое лицо, творческим трудом которого создано произведение;  
 в) физическое или юридическое лицо, творческим трудом которого создано произведение.
2. В соответствии с действующим законодательством, авторское право распространяется:  
 а) на произведения, обнародованные либо необнародованные, но находящиеся в какой-либо объективной форме на территории Российской Федерации, независимо от гражданства авторов и их правопреемников;  
 б) на произведения, обнародованные либо необнародованные, но находящиеся в какой-либо объективной форме за пределами Российской Федерации, и признаются за авторами - гражданами Российской Федерации и их правопреемниками;  
 в) на произведения, обнародованные либо необнародованные, но находящиеся в какой-либо объективной форме за пределами Российской Федерации, и признаются за авторами (их правопреемниками) - гражданами других государств в соответствии с международными договорами Российской Федерации;  
 г) на все вышеперечисленные категории.
3. Распространяется ли авторское право на необнародованные произведения?  
 а) Да;  
 б) Нет;  
 в) Да, если они выражены в какой-либо объективной форме.
4. Авторское право не распространяется на...  
 а) идеи;  
 б) идеи, методы, процессы, системы;  
 в) способы, концепции, принципы, открытия, факты;  
 г) идеи, методы, процессы, системы, способы, концепции, принципы, открытия, факты
5. Какие произведения из перечисленных не являются объектами авторского права:  
 а) произведения живописи, скульптуры, графики, дизайна, графические рассказы, комиксы и другие произведения изобразительного искусства; произведения декоративно-прикладного и сценографического искусства;  
 б) произведения архитектуры, градостроительства и садово-паркового искусства; фото-графические произведения и произведения, полученные способами, аналогичными фото-графии;

- в) географические, геологические и другие карты, планы, эскизы и пластические произведения, относящиеся к географии, топографии и к другим наукам;  
г) все вышеперечисленные являются объектами авторского права.
6. Охраняются ли авторским правом производные произведения и составные произведения?  
а) Да;  
б) Нет;  
в) Да, но только если произведения, на которых они основаны являются объектами авторского права.
7. Какие из перечисленных произведений являются объектами авторского права?  
а) официальные документы (законы, судебные решения, иные тексты законодательного, административного и судебного характера), а также их официальные переводы;  
б) государственные символы и знаки (флаги, гербы, ордена, денежные знаки и иные государственные символы и знаки);  
в) переводы текстов и песен;  
г) произведения народного творчества;  
д) сообщения о событиях и фактах, имеющие информационный характер.
8. Препятствует ли авторское право переводчиков и авторов других производных произведений иным лицам осуществлять свои переводы и переработки тех же произведений?  
а) Да;  
б) Нет;  
в) Нет, если есть согласие автора.
9. Авторское право на произведение, созданное в порядке выполнения служебных обязанностей или служебного задания работодателя (служебное произведение) принадлежит...  
а) работодателю;  
б) работодателю и автору служебного произведения;  
в) автору служебного произведения.
10. Право использовать или разрешать использовать произведение под подлинным именем автора, псевдонимом либо без обозначения имени, то есть анонимно (право на имя), относится...  
а) к личным неимущественным правам автора;  
б) к имущественным правам автора.
11. «Право доступа» означает, что ...  
а) автор художественного произведения вправе требовать от собственника произведения предоставления возможности участия в редактировании произведения перед его опубликованием;  
б) автор произведения изобразительного искусства вправе требовать от собственника произведения предоставления возможности осуществления права на воспроизведение своего произведения;  
в) автор вправе всегда узнать у собственника произведения о том, на какой стадии опубликования находится его произведение.
12. В течение какого срока охраняются право авторства, право на имя и право на защиту репутации автора...  
а) течение жизни автора;  
б) в течение жизни автора и 70 лет после смерти;  
в) бессрочно.
13. Допускается ли без согласия автора и без выплаты авторского вознаграждения публичное исполнение музыкальных произведений?  
а) да;  
б) нет;  
в) только в целях ознакомления с произведением;  
г) только во время официальных и религиозных церемоний, а также похорон в объеме, оправданном характером таких церемоний.
14. Авторское право, по общему правилу, действует в течение...  
а) всей жизни автора;  
б) всей жизни автора и 70 лет после его смерти;  
в) постоянно.
15. Истечение срока действия авторского права на произведения означает...  
а) их переход в общественное достояние;  
б) их переход по наследству;  
в) прекращение всех авторских правоотношений.
16. Не переходят по наследству авторские права:  
а) право авторства;  
б) право авторства, право на имя;

в) право авторства, право на имя и право на защиту репутации автора произведения.

17. Все права на использование произведения, прямо не переданные по авторскому договору...

- а) должны быть обязательно обговорены в специальном соглашении;
- б) считаются переданными;
- в) считаются не переданными.

18. Могут ли быть предметом авторского договора права на использование произведения, неизвестные на момент заключения договора?

- а) да;
- б) нет;
- в) могут, но при условии, что указывается срок такого соглашения.

## Б) Практическое задание 1

### Задача 1

Гражданин скопировал и распространил неопубликованную диссертацию в сети Интернет без согласия автора. Автор обратился в суд с иском о взыскании с этого гражданина компенсации в размере 500 тыс. руб. за нарушение его исключительного права. От-ветчик возразил, что тема диссертации посвящена решению определенной технической задачи, поэтому сама диссертация не может быть объектом авторских прав. Правомерна ли позиция автора диссертации?

### Задача 2

Тринадцатилетний Витя Морозов послал на конкурс в журнал «Юный техник» предложение об использовании силы течения реки для развода мостов. Его предложение получило первую премию, и редакция журнала рекомендовала Вите оформить заявку на выдачу патента на изобретение. Родители Вити полагали, что автором изобретения должен быть указан кто-либо из родителей, поскольку Вите всего 13 лет, и он самостоятельно не сможет осуществлять все права и обязанности, связанные с патентом на изобретение. Родители для подтверждения своей позиции обратились к знакомому изобретателю, который усомнился в правомерности признания автором одного из родителей, но и Витя, по его мнению, не сможет самостоятельно осуществлять целый комплекс прав и обязанностей, связанных с созданием изобретения.

Для получения квалифицированного разъяснения родители обратились к юристу.

Какой ответ им надлежит дать?

## А) Тестовое задание 2.

1. О чем говорится в первой статье Закона О СМИ?

- СМИ. Основные понятия
- о статусе учредителя СМИ
- о свободе СМИ
- о правах и обязанностях журналиста

2. Уберите лишнее: Не допускается использование СМИ в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для распространения материалов

- содержащих публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публично оправдывающих терроризм
- других экстремистских материалов
- материалов о проблемах наркомании
- пропагандирующих порнографию
- культ насилия и жестокости
- негативные эмоции по отношению к другой личности

3. Выбрать правильный ответ: Порядок сбора информации журналистами на территории проведения контртеррористической операции

- ничем не отличается от поведения журналиста в обычных условиях;
- обусловлен журналистской этикой и принципами профессиональной деятельности;
- определяется руководителем контртеррористической операции;
- сводится к получению официальных данных со стороны руководителей контртеррористической операции

4. Если в телевизионной передаче журналист рассказывает о деятельности спецслужб, он может:

- показывать их лица
- показывать членов их семей
- рассказывать о месте их проживания
- рассказывать о местах их службы в прошлом
- рассказывать об их боевых заслугах и наградах

5. В случае, если, например, год газета выходила как общественно-политическое издание, а затем переименовалась в рекламно-информационное,

- необходимо зарегистрировать новое издание с другим названием



- необходимо пройти перерегистрацию
  - о смене специализации уведомить регистрационный орган
  - ничего специально не предпринимать
6. В каком случае нам откажут в регистрации? Если мы захотим зарегистрировать:
- эротическое издание
  - детское издание
  - религиозное издание
  - ультраправое издание
  - ни в каком
7. Если СМИ нарушило законодательство о выборах и референдумах РФ, и суд официаль-но признал данный факт, то
- редактор должен заплатить штраф
  - СМИ закрывают
  - деятельность СМИ приостанавливают сроком до 1 года
  - деятельность СМИ приостанавливают до окончания голосования на выборах или рефе-рендуме.
8. Главный редактор не несет ответственность за нарушение законодательства о выборах и референдумах РФ, если оно содержалось
- в авторской статье
  - в редакторской колонке
  - в материале учредителя
  - в астропрогнозе
9. Кто несет ответственность за выполнение требований, предъявляемых к деятельности СМИ российским законодательством:
- учредитель
  - главный редактор
  - директор
  - журналист
10. Продолжить. При использовании сообщений информационных агентств необходимо:
- обязательно перерабатывать и дополнять информацию
  - указывать ссылку на информагентство
  - перепроверять информацию в других СМИ
  - добавлять в текст журналистские оценки
11. Какую информацию незамедлительно и на безвозмездной основе должны публиковать государственные издания:
- сообщения прокурора
  - письма читателей
  - информацию по вопросам пожарной безопасности
  - сводки ГИБДД
12. В каком случае журналист должен раскрыть источник информации, если лицо, пре-доставившее информацию, пожелало остаться неназванным:
- по требованию суда;
  - по требованию учредителя;
  - по требованию представителя федеральной исполнительной власти;
  - по требованию избирательной комиссии, если информация в материале касается процедуры проведения выборов или референдума.
13. Каким образом нельзя использовать письмо, адресованное в редакцию:
- в качестве источника в журналистском тексте
  - опубликовать в издании с сохранением авторской орфографии и пунктуации
  - опубликовать, отредактировав, при этом сохранив смысл письма
  - использовать некоторые фразы из письма, без учета контекста
14. В каких случаях в СМИ будет публиковаться опровержение, подготовленное сотрудниками редакции, а не лицами, потребовавшими опровержения:
- если лица, потребовавшие опровержение, не предоставили собственный текст
  - если лица, потребовавшие опровержение, предоставили текст с орфографическими ошибками
  - если лица, потребовавшие опровержение, предоставили текст больше одной стандартной страницы машинописного текста
  - опровержение всегда готовится сотрудниками редакции
15. На что имеет право гражданин, чьи права и законные интересы были ущемлены дан-ным СМИ:
- требовать уничтожения тиража, где был опубликован материал о нем
  - требовать публикации положительного или рекламного материала о себе

- имеет право на ответ, комментарий или реплику в данном СМИ
- имеет право на бесплатную полугодовую подписку на данное издание

16. Если в редакцию пришло письмо с жалобой на деятельность чиновника, журналисты должны:

- отослать письмо по месту службы чиновника;
- ознакомить с письмом руководителя указанного чиновника;
- опубликовать развернутый материал по указанной в письме проблеме;
- взять развернутое интервью у автора письма;
- могут ничего не делать

17. На что имеет право журналист, если смысл его материала изменился после редактор-ской вычитки:

- требовать не публиковать материал
- требовать опубликовать оригинал
- снять свою подпись с текста
- требовать, чтобы редактор указал свою фамилию в подписи материала

18. В каких случаях журналист или редактор будет нести ответственность за распространение сведений, не соответствующих действительности: если эти сведения присутствуют

- в обязательном сообщении учредителя
- в редакционной статье
- в дословном воспроизведении выступления народного депутата на съезде
- в выступлении губернатора на пресс-конференции
- в материале другого СМИ, которые вышло на прошлой неделе

19. Профессиональными журналистами с точки зрения Закона о СМИ не являются:

- штатные сотрудники редакции СМИ
- фрилансеры, выполняющие задание редакции СМИ
- блогеры
- авторы писем, опубликованных в СМИ
- ответственный секретарь издания

## Б) Практическое задание 2

### Задача 1.

Индивидуальный предприниматель Жильцов А.А. умер. Он являлся единоличным автором двух программных продуктов «Fox» и «Ling», которые пользовались большим спросом на рынке ПО в области игровых программ. При жизни Жильцов А.А. не передавал права на данные программные продукты, у него нет наследников и он не оставил завещания.

- Кому после смерти Жильцова А.А. перейдут личные неимущественные и исключительные права на данные программные продукты?
- Какие сроки действия этих прав на указанное ПО?

### Задача 2

Программисты Козлов и Титоренко фирмы «Прогресс» в рамках своих трудовых обязанностей по заданию работодателя создали программный комплекс «WING».

- Кто является автором данного ПО?
- Кому принадлежат личные неимущественные и исключительные права?

### Перечень тем для устных сообщений

1. Объекты авторского права.
2. Защита авторских и смежных прав.
3. Алгоритм получения информации.
4. Гарантии неприкосновенности частной жизни.
5. Деятельность средств массовой информации в предвыборный период.
6. Защита чести, достоинства и деловой репутации: гражданско-правовые и уголовно-правовые аспекты.
7. Информационная безопасность в Российской Федерации.
8. Организация деятельности редакции.
9. Ответственность за злоупотребление свободой массовой информации.
10. Ответственность за нарушение прав интеллектуальной собственности в Российской Федерации.
11. Ответственность за ущемление свободы массовой информации.
12. Постановления Европейского суда по правам человека в области массовой информации.
13. Правовое регулирование интеллектуальной собственности в Российской Федерации.
14. Правовое регулирование Интернета.
15. Правовое регулирование рекламы в Российской Федерации.
16. Регулирование и контроль телерадиовещания.
17. Свобода массовой информации.

Вопросы для итогового опроса по разделам

Для подготовки к итоговому опросу (ИО), который проводится на последнем практическом занятии, выносятся темы по

раздела:

1. Раздел 1 Вводная часть
2. Раздел 2 Правовое регулирование деятельности СМИ

Исследуются вопросы:

1. Источники законодательства о СМИ.
2. Организация деятельности редакции.
3. Государственная политика в области СМИ.
4. Свобода информации.
5. Лицензирование и регулирование телерадиовещания.
6. Деятельность СМИ в предвыборный период.
7. Интеллектуальная собственность.
8. Регулирование рекламы.
9. Ограничения на распространение в СМИ.
10. Интернет, новые СМИ и их правовое регулирование.
11. Защита чести, достоинства и деловой репутации. Неприкосновенность частной жизни

#### 5.4. Перечень видов оценочных средств

Для организации контроля знаний обучающихся используется комплект оценочных средств, включающий в себя:

1. Тестовые задания
2. Практические задания
3. Устные доклады (сообщения)
4. Вопросы для самоконтроля
5. Контрольные работы -практические самостоятельные задания по темам дисциплины.

Формами диагностического контроля лекционной части данной дисциплины могут являться устные опросы и собеседования и т.д.

Текущий контроль призван, с одной стороны, определить уровень продвижения обучающихся в изучении материала, а с другой стороны – показать эффективность выбранных средств и методов обучения.

Оценочные средства включают контрольные материалы для проведения текущего контроля по проблемным вопросам и промежуточной аттестации в форме зачета.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Дорский А.Ю.	Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью: Учебное пособие	СПб: Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2019, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=353371">http://znanium.com/catalog/document?id=353371</a>
Л1.2	Богацкая С.Г.	Правовое регулирование рекламной деятельности: Учебное пособие	Москва: Университетская книга, 2020, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=367508">http://znanium.com/catalog/document?id=367508</a>
Л1.3	Дударова Б. О., Пузыревский С.А.	Правовое регулирование рекламной деятельности: Учебное пособие	Москва: ООО "Юридическое издательство Норма", 2018, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=372049">http://znanium.com/catalog/document?id=372049</a>

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Сидорова Е. В., Сидоров В. Н.	Комплексное правовое регулирование: Учебник	Москва: Юстиция, 2016, URL: <a href="https://book.ru/book/918890">https://book.ru/book/918890</a>
Л2.2	Марков Е. А.	Российская власть и СМИ: история информационного взаимодействия: Монография	Москва: Русайнс, 2021, URL: <a href="https://book.ru/book/941070">https://book.ru/book/941070</a>
Л2.3	Абрамов С. Г.	Правовое регулирование социальных и экономических отношений в обществе. (постановка проблем и механизмы решения): Монография	Москва: Русайнс, 2020, URL: <a href="https://book.ru/book/935286">https://book.ru/book/935286</a>
Л2.4	Сидорова Е. В., Сидоров В. Н.	Комплексное правовое регулирование: Учебник	Москва: Юстиция, 2015, URL: <a href="https://book.ru/book/916596">https://book.ru/book/916596</a>
Л2.5	Рубцова Н. В.	Договорное правовое регулирование предпринимательской деятельности: Монография	Москва: Русайнс, 2020, URL: <a href="https://book.ru/book/934869">https://book.ru/book/934869</a>

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.6	Турлай И.С.	Правовое регулирование рекламной деятельности: сравнительный анализ: Статья	Минск: Белорусский государственный экономический университет (БГЭУ), 2008, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=96487">http://znanium.com/catalog/document?id=96487</a>
<b>6.1.3. Методические разработки</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Дергачев К. В., Титарев Д. В.	Защита информации: лабораторный практикум: Учебное пособие	Москва: Русайнс, 2021, URL: <a href="https://book.ru/book/940250">https://book.ru/book/940250</a>
Л3.2	Ищейнов В. Я.	Информационная безопасность и защита информации: словарь терминов и понятий: Словарь	Москва: Русайнс, 2019, URL: <a href="https://book.ru/book/932909">https://book.ru/book/932909</a>
Л3.3	Шаньгин В.Ф.	Комплексная защита информации в корпоративных системах: Учебное пособие	Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2020, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=358722">http://znanium.com/catalog/document?id=358722</a>
<b>6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы</b>			
Э1	Кодекс – Профессиональные справочные системы . - Режим доступа: <a href="https://kodeks.ru">https://kodeks.ru</a>		
Э2	Электронная библиотечная система Znanium . . - Режим доступа: Режим доступа: <a href="http://new.znanium.com/">http://new.znanium.com/</a>		
<b>6.3.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства</b>			
6.3.1.1	Windows 10 Pro RUS Операционная система – Windows 10 Pro RUS Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021		
6.3.1.2	7-Zip Архиватор 7-Zip Программное обеспечение по лицензии GNU GPL		
6.3.1.3	Яндекс Браузер Браузер Яндекс Браузер Лицензионное соглашение на использование программ Яндекс Браузер <a href="https://yandex.ru/legal/browser_agreement/">https://yandex.ru/legal/browser_agreement/</a>		
6.3.1.4	Mozilla Firefox Браузер Mozilla Firefox Программное обеспечение по лицензии GNU GPL		
6.3.1.5	Kaspersky Endpoint Security Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный (350шт). Договор № ПР-00035750 от 13 декабря 2022г. (ООО Прима АйТи)		
6.3.1.6	Microsoft Windows 10 PRO x64 DSP OEM Операционная система Microsoft Windows 10 PRO Счет №93 от 21.05.2019, Акт передачи прав №31 от 05.06.2019.		
6.3.1.7	Etxt Антиплагиат Проверка уникальности от сервиса Антиплагиат eTXT Freeware		
6.3.1.8	Система управления хранилищем документов “Кредо-диалог” Система управления хранилищем документов “Кредо-диалог” Акт № 123 от 01.11.2018, Сертификат от 24.08.2018		
<b>6.3.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем</b>			
6.3.2.1	Консультант Плюс <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>		
6.3.2.2	РОССТАНДАРТ Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии <a href="https://www.gost.ru/portal/gost/">https://www.gost.ru/portal/gost/</a>		
6.3.2.3	Кодекс – Профессиональные справочные системы <a href="https://kodeks.ru">https://kodeks.ru</a>		

### 7. МТО (оборудование и технические средства обучения)

Ауд	Наименование	ПО	Оснащение
411	Лаборатория «Теоретический и практический дизайн». Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной		Оборудование: 1. Штатив для демонстрации проектов – 2 шт.; 2. Стулья металлические с мягкими сидениями (синего цвета) – 41 шт.; 3. Стулья металлические с мягкими сидениями (серого цвета) – 5 шт.; 4. Стулья металлические с мягкими сидениями (черного цвета) – 1 шт.; 5. Стулья деревянные с мягкими сидениями (черного цвета) – 1 шт.; 6. Вешалки (синего цвета) – 3 шт.; 7. Вешалки (серого цвета) – 1 шт.; 8. Мольберты стационарные – 20 шт.; 9. Стулья белые пластиковые – 20 шт.; 10. Столы рабочие (серого цвета) – 1 шт.; 11. Столы рабочие (зеленого цвета) – 1 шт.; 12. Столы рабочие (бежевый цвет) – 1 шт.; 13. Тумбы фанерные кубические – 2 шт.; 14. Тумбы фанерные прямоугольные – 3 шт.; 15. Стеллаж стеклянный – 1 шт.; 16. Стеллажи металлические с деревянными полками – 4 шт.; 17. Стеллажи металлические для методического фонда (черного цвета) – 2 шт.; 18. Стеллажи металлические для планшетов (серого цвета) – 2 шт.; 19. Ведро пластиковое для мусора – 1 шт.; 20. Доска учебная –

	аттестации.		1 шт.; 21. Осветительные приборы – 2 шт.; Гипсовые формы: 1. Голова гипсовая Гаттамелата – 1 шт.; 2. Голова гипсовая Сократа – 1 шт.; 3. Голова гипсовая Аполлона – 1 шт.; 4. Голова гипсовая Экорше Гудона – 1 шт.; 5. Голова гипсовая Афродиты – 1 шт.; 6. Голова гипсовая «Обрубовка» – 1 шт.; 7. Голова гипсовая «череп человека в обрубовке» – 1 шт.; 8. Дорическая капитель – 1 шт.; 9. Ионическая капитель – 1 шт.; 10. Гипсовая форма геометрические тела «Исеэндр» – 1 шт.; 11. Куб гипсовый – 1 шт.; 12. Цилиндр гипсовый – 1 шт.; 13. Шар гипсовый – 2 шт.; 14. Гипсовая фигура человека «Лучник» – 1 шт.; 15. Гипсовая форма кисть человека Давида Микеляндрело – 1 шт.; 16. Гипсовая форма стопа человека Давида Микеляндрело – 1 шт.; 17. Гипсовая форма - орнамент »Трилистник с завитком» – 1 шт.; 18. Гипсовая форма - нос Давида Микеляндрело – 1 шт.; 19. Гипсовая форма - рот Давида Микеляндрело – 1 шт.; 20. Гипсовая форма – глаз Давида Микеляндрело – 1 шт.; 21. Гипсовая форма - ухо Давида Микеляндрело – 1 шт.; 22. Гипсовая форма - орнамент »Трилистник» – 1 шт.; 23. Гипсовая форма - орнамент »Цветок с поворотной симметрией на 3» – 1 шт.; Предметы быта (натюрмортный фонд): 1. Вазы керамические – 5 шт.; 2. Чайники электрические – 4 шт.; 3. Чайники эмалированные – 8 шт.; 4. Телефоны – 2 шт.; 5. Настольные лампы – 3 шт.; 6. Осветительные приборы (соффиты) – 2 шт.; 7. Утюги – 2 шт.; 8. Швейная машина – 1 шт.; 9. Самовары – 2 шт.; 10. Керамический графин – 1 шт.; 11. Чайники керамические – 4 шт.; 12. Кружки керамические – 6 шт.; 13. Ваза стеклянная – 1 шт.; 14. Чашка керамическая белая – 1 шт.; 15. Супник – 1 шт.; 16. Керамические блюда – 2 шт.; 17. Пластиковое блюдо – 1 шт.; 18. Музыкальный инструмент – 1 шт.; 19. Манекены – 1 шт.; 20. Крынки для молока – 2 шт.; Комплекты пособий (натюрмортный фонд): 1. Комплекты пособий по Проектированию – 9 шт.; 2. Комплекты пособий по Академическому рисунку – 18 шт.; 3. Комплекты пособий по Академической живописи – 4 шт.; 4. Комплекты пособий по Спецживописи – 7 шт.; 5. Комплекты пособий по Спецрисунку – 16 шт.; 6. Комплекты пособий по Цветоведению и колористики – 2 шт.; Муляжи 40 шт. Драпировки 40 шт.
410a	Помещение для проведения занятий лекционного типа		12 посадочных мест, преподавательское место
410a	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.		12 посадочных мест, преподавательское место
409	Помещение для проведения занятий лекционного типа	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	36 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
409	Помещение для проведения	7-Zip Яндекс Браузер	36 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной

	занятий лекционного типа	LibreOffice	ноутбук
408	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	30 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
407	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	40 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
406	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	52 посадочных места, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
404	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	75 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
403	Помещение для	7-Zip	28 посадочных мест, преподавательское место, доска,

	проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Яндекс Браузер LibreOffice	мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
402	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	36 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
401	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	60 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
401	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	60 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук

### 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Учебный материал дисциплины разделен на логически завершённые разделы, после изучения которых, предусматривается

выполнение тестовых и практических заданий, выступление с устными сообщениями. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и их практические возможности: умение ориентироваться в специальной юридической литературе, анализировать и разрешать практические ситуации в различных правовых сферах. Каждый модуль учебной дисциплины включает обязательные виды работ – ПЛЗ (посещение лекционных занятий), ТПЗ (выполнение тестовых и практических заданий), выступление с сообщением (ВС), итоговый опрос по всем разделам (ИО). Форма текущего контроля знаний - оценка работы обучающихся на практическом занятии, опрос-обсуждение контрольных вопросов. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – зачет.

Все типы заданий, выполняемых обучающимися, в том числе в процессе самостоятельной работы, так или иначе, содержат установку на приобретение и закрепление правовых знаний, а также на формирование в рамках этих знаний некоторых навыков мыслительных операций - умения оценивать, анализировать, сравнивать, комментировать и т.д.

Важной составляющей является работа с литературой. Умение работать с литературой означает научиться осмысленно, пользоваться правовыми источниками. Систематизация изученных источников позволяет повысить эффективность их анализа и обобщения. Итогом этой работы должна стать логически выстроенная система сведений по существу исследуемого вопроса.

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Целью методических рекомендаций является повышение эффективности учебного процесса, благодаря самостоятельной работе, в которой обучающийся становится активным субъектом обучения, что означает:

- способность занимать в обучении активную позицию;
- готовность мобилизовать интеллектуальные и волевые усилия для достижения учебных целей;
- умение проектировать, планировать и прогнозировать учебную деятельность;
- привычку инициировать свою познавательную деятельность на основе внутренней положительной мотивации;
- осознание своих потенциальных учебных возможностей и психологическую готовность составить программу действий по саморазвитию.

Репродуктивная самостоятельная работа

- самостоятельное чтение, просмотр, конспектирование учебной литературы,
- прослушивание лекций,
- повторение учебного материала и др.

Познавательно-поисковая самостоятельная работа.

- Подготовка сообщений, докладов,
- выступлений на практических занятиях,
- подбор литературы по обозначенным проблемам,

Творческая самостоятельная работа.

- участие в научно-исследовательской работе,
- выполнение специальных практических заданий и др.

Для успешного выполнения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, необходимо планирование и контроль со стороны преподавателя.

Преподаватель:

- объясняет цель и смысл выполнения СР;
- дает развернутый или краткий инструктаж о требованиях, предъявляемых к СР и способах ее выполнения;
- демонстрирует образец СР.

Обучающийся:

- понимает и принимает цель СР как лично значимую;
- знакомится с требованиями к СР.

Преподаватель:

- осуществляет предварительный контроль, предполагающий выявление исходного уровня готовности студента к выполнению СР;
- осуществляет итоговый контроль конечного результата выполнения СР
- осуществляет текущий операционный самоконтроль за ходом выполнения СР;
- выявляет, анализирует и исправляет допущенные ошибки и вносит коррективы в работу, отслеживает ход выполнения СР;

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская деятельность обучающихся, осуществляемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Она включает в себя:

- подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, практическим занятиям) и выполнение соответствующих заданий;
- самостоятельную работу над отдельными частями тем учебной дисциплины в соответствии с учебно-тематическими планами;

Все типы заданий, выполняемых обучающимися, в том числе в процессе самостоятельной работы, так или иначе, содержат установку на приобретение и закрепление правовых знаний, а также на формирование в рамках этих знаний некоторых навыков мыслительных операций - умения оценивать, анализировать, сравнивать, комментировать и т.д.

Вопросы для самоконтроля знаний

1. Понятие права и массово-информационного права.
2. Международные договоры в работе журналиста. Решения Европейский суд по правам человека в сфере свободы



- слова.
3. Структура российского законодательства о СМИ: Конституция РФ, законы, указы Президента и постановления Правительства РФ.
  4. Основные положения и понятия ФЗ «о СМИ».
  5. Учредительный договор и устав редакции: сущность и отличия.
  6. Право на доступ к информации.
  7. Свобода информации и конфиденциальные сведения.
  8. Государственная тайна и сведения конфиденциального характера.
  9. Алгоритм получения информации и ответственность за непредставление информации.
  10. Аккредитация и ответственность за непредставление информации.
  11. Освещение терактов в СМИ и распространение экстремистских материалов.
  12. Ответственность журналиста за распространение секретной информации.
  13. Порядок лицензирования вещателей в России.
  14. Ответственность СМИ и журналистов за нарушение избирательного законодательства.
  15. Интеллектуальная собственность:
  16. Правомерное использование произведений в СМИ.
  17. Служебные произведения в работе журналиста.
  18. Авторское право на интервью, новость и программу телепередач.
  19. Ответственность за нарушение ФЗ «Об авторском праве и смежных правах».
  20. Свобода рекламы и свобода массовой информации.
  21. Общие положения Закона «О рекламе».
  22. Защита интересов детей в положениях Закона «О рекламе».
  23. Обязанности и сфера ответственности рекламораспространителя.
  24. Интернет и его правовое регулирование: является ли Интернет средством массовой информации?
  25. Защита чести, достоинства и деловой репутации:
  26. Моральный вред и деловая репутация.