

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью»

Дисциплина «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью» является частью программы магистратуры «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях» по направлению «42.04.01 Реклама и связи с общественностью».

### **Цели и задачи дисциплины**

Цель - формирование способности создавать нематериальные активы (брендов) на основе самостоятельно проводимых исследований и управлять ими в организации; внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта в рамках законодательства РФ. Знать состав процесса стратегического и оперативного планирования, понятийный аппарат в области нематериальных активов (брендов); инструменты бренд-менеджмента; процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) в рамках законодательства РФ. Уметь использовать инструменты проектного управления успешными брендами; проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; формировать имидж и деловую репутацию организации; продвигать товары (услуги) организации на рынок; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта; выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий; определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов); проводить оценку стоимости брендов организации в рамках законодательства РФ. Владеть навыками разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации; тестирования инновационных товаров (услуг) при их внедрении на рынки; подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений; формирования целевого репутационного образа проекта и продукта в рамках законодательства РФ..

### **Изучаемые объекты дисциплины**

Законодательство в сфере рекламы и связей с общественностью  
Судебная экспертная деятельность в оценке коммуникационных продуктов.

### Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		2	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	45	45	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	9	9	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	34	34	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	63	63	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

### Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
2-й семестр				
Тема 1. Законодательство в сфере авторского права	1	0	2	4
Закон РФ "Об авторском праве и смежных правах" от 09.07.1993 N 5351-1. Сфера действия и объекты авторского права. Авторское право на аудиовизуальные произведения.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 2. Автороведческая экспертиза	1	0	2	5
Предмет, объект, задачи экспертизы. Основные виды несамостоятельного порождения текста (плагиат, соавторство, написание под диктовку, копирование, переписывание). Типовые критерии экспертизы. Типовые вопросы по спорным текстам. Методики сопоставления параметров индивидуального стиля в разных текстах и во фрагментах одного текста. Методы количественных измерений параметров индивидуального стиля. Компьютерные программы лингвистического анализа текста и условия их применения при решении идентификационных задач.				
Тема 6. Законодательная база	1	0	4	10
Дела об оскорблении (Кодекс РФ об административных правонарушениях, Глава 5, Статья 5.61, ранее ст. 130 УК РФ), о разжигании межнациональной и религиозной вражды (ст. 282 УК РФ), о защите чести, достоинства и деловой репутации (ст. 152 ГК РФ), об экстремизме, пропаганде наркотиков, распространении порнографических материалов (ст. 242 УК РФ), а также по различным имущественным спорам.				
Тема 4. Экспертиза наименований	2	0	10	12
Экспертиза на наличие в наименованиях скрытой рекламы и скрытой пропаганды. Основные приемы речевого воздействия; понятия "скрытая реклама" и "скрытая пропаганда" (наркотиков, насилия, межнациональной розни). Лингвистические параметры, позволяющие определить наличие в наименовании скрытой рекламы или скрытой пропаганды. Понятия				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
коннотации, ассоциативного поля лексической единицы, формы слова, внутренней формы слова, ситуации употребления, фоносемантики ("звукового символизма"). Проблема степени достоверности выводов при решении вопросов о скрытой рекламе и пропаганде. Экспертиза наименований до степени смешения. Типовые критерии экспертизы. Типовые вопросы по спорным товарным знакам.				
Тема 3. Законодательная база нейминга	1	0	2	5
Гражданский кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2006 г. N 230-ФЗ Часть четвертая. Закон РФ от 23.09.1992 N 3520-1 "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров".				
Тема 5. Законодательная база в сфере национальной и иной розни, экстремизм; агитация, пропаганда, подстрекательство.	1	0	4	10
ФЗ от 25 июля 2002 г. N 114-ФЗ "О противодействии экстремистской деятельности" и ФЗ 06.03.2006 № 35-ФЗ «О противодействии терроризму».				
Тема 7. Семантическая экспертиза	2	0	10	17
Возрастные, тендерные, национальные, конфессиональные, социальные и культурные различия как причины коммуникативных конфликтов. Особенности экспертиз, назначаемых по делам о клевете, оскорблении, разжигании межнациональной и религиозной вражды, делам о защите чести, достоинства и деловой репутации, авторских прав, экстремизме, пропаганде наркотиков, распространении порнографии, имущественным спорам. Типовые вопросы. Юридическая и лингвистическая интерпретаций понятий чести,				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
<p>достоинства, репутации, деловой репутации. «Циничная форма» с позиций юриста и лингвиста;</p> <p>нормативная и ненормативная лексика: непристойная, неприличная инвективная, обценная лексика, бранные слова. Лингвистическая экспертиза: возбуждение национальной и иной розни, экстремизм; агитация, пропаганда, подстрекательство. Круг речевых действий, охватываемых ст. 282 Уголовного кодекса РФ (УК РФ) - действия, направленные на возбуждение ненависти либо вражды, а также на унижение достоинства человека либо группы лиц по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии, а равно принадлежности к какой-либо социальной группе, совершенные публично или с использованием средств массовой информации, и способы их лингвистического анализа. Речевой жанр</p> <p>призыва: призывы прямые, косвенные, явные, скрытые. Компоненты текста, соответствующие пониманию экстремизма по ФЗ от 25 июля 2002 г. N 114-ФЗ "О противодействии экстремистской деятельности". Способы лингвистического анализа экстремистских текстов разного типа, категоричность и гипотетичность выводов эксперта. Понятия пропаганды, агитации, подстрекательства, публичности, терроризма и их речевые признаки.</p> <p>Специфика лингвистического анализа звучащей и письменной речи в соответствии с ФЗ от 25 июля 2002 г. N 114-ФЗ "О противодействии экстремистской деятельности" и ФЗ 06.03.2006 № 35-ФЗ «О противодействии терроризму».</p>				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
ИТОГО по 2-му семестру	9	0	34	63
ИТОГО по дисциплине	9	0	34	63