Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ Н.В.Лобов
« 11 » ноября 20 19 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Правовое регулирование медиа: медиатексты в практике судебных экспертиз
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: магистратура
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 108 (3)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления)

Направленность: Реклама и связи с общественностью в развитии территории
(наименование образовательной программы)

Пермь 2019

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности осуществлять исследовательскую деятель-ность в сфере рекламы и связей с общественностью (ПК-1.2); управлять нематериальными ак-тивами (брендами) в организации, в т.ч. внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации (ПК-2.1).
Задачи дисциплины –
формирование знаний:
- принципы, методы и инструментов целеполагания лингвистических исследований рекламных текстов;
- количественного и качественного анализа информационного поля: лингвистическая экспертиза в сфере рекламы и связей с общественностью;
- технологии и основные методы оценки целевых и промежуточных результатов работ, состав процесса стратегического и оперативного планирования: экспертиза наименований;
- организация рекламного дела: нейминг в практике судебной экспертизы;
- законодательная база в области рекламы и связей с общественностью.
формирование умений:
- проводить качественное и количественное изучение информационного поля, объектов, тем и понятий: лингвистическая экспертиза в сфере рекламы и связей с общественностью;
- формулировать основных целевых показателей исследования; формулировать выводы на ос-нове анализа собранной информации: экспертиза наименований;
- использовать инструменты проектного управления успешными брендами: экспертиза наиме-нований;
- формировать имидж и деловую репутацию организации: экспертиза наименований, коммуни-кационные риски;
- продвигать товары (услуги) организации на рынок: экспертиза наименований;
- проводить анализ результативности коммуникационной политики: экспертиза наименований, коммуникационные риски.
формирование навыков:
- разработки этапов достижения поставленных целей: экспертиза наименований, коммуникационные риски организации;
- выбора способа решения сформулированных задач с максимально качественным результатом и минимальными затратами: экспертиза наименований, коммуникационные риски организации;
- оценки эффективности проведенных кампаний: экспертиза наименований, коммуникационные риски организации;
- реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации: экспертиза наименований, коммуникационные риски организации.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- основные понятия и категории экспертологии и юрислингвистики;
- методы исследования конфликтных текстов;
- основные параметры судебной лингвистической экспертизы в сфере рекламы и связей с общественностью;
- экспертная деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью.

1.3. Входные требования

Требования к предметным результатам освоения базового курса «Основы научных исследова-ний в профессиональной сфере», «Реклама в системе профессиональных коммуникаций» ос-новной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Реклама и связи с общественностью в развитии территории.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.2	ИД-1ПК-1.2	Знает - принципы, методы и инструментов целеполагания; лингвистических исследований рекламных текстов; - количественного и качественного анализа информационного поля: лингвистическая экспертиза в сфере рекламы и связей с общественностью; - технологии и основные методы оценки целевых и промежуточных результатов работ, состав процесса стратегического и оперативного планирования: экспертиза наименований;	Знает основные методы проектного планирования; принципы, методы и инструментов целеполагания; исследований различных видов (маркетинговые, социологические, медиа- и др.); работы с открытыми данными: - государственных органов, - коммерческих структур, - отраслевых некоммерческих организаций; количественного и качественного анализа информационного поля; технологии и основные методы оценки целевых и промежуточных результатов работ; рынка СМИ, его отраслевых особенностей	Зачет
ПК-1.2	ИД-2ПК-1.2	Умеет - проводить качественное и количественное изучение информационного поля, объектов, тем и понятий: лингвистическая экспертиза в сфере рекламы и связей с общественно-стью;	Умеет проводить качественное и количественное изучение информационного поля, объектов, тем и понятий; формулировать основных целевых показателей исследования; формулировать выводы на основе анализа собранной информации	Кейс-задача

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.2	ИД-3ПК-1.2	Владеет навыками - разработки этапов достижения поставленных целей: экспертиза наименований, коммуникационные риски организации; - выбора способа решения сформулированных задач с максимально качественным результатом и минимальными за-тратами: экспертиза наименований, коммуникационные риски организации; - оценки эффективности проведенных кампаний: экспертиза наименований, коммуникационные риски организации	Владеет навыками работы с бесплатными и платными поисковыми сервисами поиска информации и базами данных; разработки этапов достижения поставленных целей; выбора способа решения сформулированных задач с максимально качественным результатом и минимальными затратами; разработки календарного плана работ с учетом имеющихся сроков и ресурсов; оценки эффективности проведенных кампаний	Кейс-задача
ПК-2.1	ИД-1ПК-2.1	Знает - организация рекламного дела: нейминг в практике судебной экспертизы; - законодательная база в области рекламы и связей с общественностью.	Знает состав процесса стратегического и оперативного планирования; организацию рекламного дела	Зачет
ПК-2.1	ИД-2ПК-2.1	Умеет - использовать инструменты проектного управления успешными брендами: экспер-тиза наименований; - формировать имидж и деловую репутацию организации: экспертиза наименований, коммуникационные риски; - продвигать товары (услуги) организации на рынок: экспертиза наименований; - проводить анализ результативности ком-муникационной политики: экспертиза на-	Умеет использовать инструменты проектного управления успешными брендами; проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; формировать имидж и деловую репутацию организации; продвигать товары (услуги) организации на рынок; выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий; проводить анализ результативности коммуникационной политики	Кейс-задача

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		именований, коммуникационные риски.		
ПК-2.1	ИД-3ПК-2.1	Владеет навыками - реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации: экспертиза наименований, коммуникационные риски организации.	Владеет навыками разработки технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации	Кейс-задача

3. 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: 1.1. Контактная аудиторная работа, из них:	45	45
- 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

4. 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. Основы экспертологии.	1	0	2	3
Экспертология как отрасль знания, предмет, цели задачи в кругу криминалистических наук и в связи с общей теории судебных экспертиз. Понятие экспертизы. Субъект, объект, предмет, цели, задачи экспертизы и ее результаты. Текст как объект лингвистической экспертизы, классификация текстов по способу их порождения и восприятия. Становление, развитие и современное состояние лингвистической экспертизы. Актуальные проблемы лингвистической экспертизы. Анализ практики производства лингвистических экспертиз в судебно-экспертных учреждениях системы Минюста России и негосударственных экспертных учреждениях. Судебная экспертиза в практике рекламы и связей с общественностью.				
Тема 2. Виды и типы экспертиз.	1	0	2	3
Типология экспертиз в процессуально-юридическом аспекте. Типология экспертиз в исследовательском аспекте. Типы экспертиз по решаемым задачам (идентификационные, диагностические, смешанные). По роду и виду (отрасль и подотрасль знания) (криминалистические, судебно-медицинские и т.п.).				
Тема 3. Юридическое обеспечение экспертной деятельно-сти.	1	0	2	3
Основные нормативно-правовые акты Российской Федерации, регулирующие экспертную деятельность. Основания для назначения экспертизы. Учреждения и лица, осуществляющие экспертную деятельность. Общие требования к содержанию, структуре и оформлению экспертиз. Федеральный закон «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации»: содержание и основные понятия. Понятие эксперта, его прав и обязанностей в ст. 57 Уголовно-го процессуального кодекса РФ (УПК РФ). Понятие специа-листа, его прав и обязанностей в ст. 58 Уголовного процессу-ального кодекса РФ (УПК РФ).				

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 4. Место лингвистической экспертизы в общей клас-сификации судебных экспертиз.	1	0	2	3
Основные задачи лингвистической экспертизы. Виды лингвистических экспертиз: автороведческая экспертиза, семантическая экспертиза, экспертиза наименований. Особенности лингвистических экспертиз в уголовном, гражданском, административном и арбитражном процессах.				
Тема 5. Автороведческая экспертиза.	0	0	2	4
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. Компью-терные программы лингвистического анализа текста и усло-вия их применения при решении идентификационных задач.				
Тема 6. Законодательная база автороведческой эксперти-зы.	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.				
Тема 7. Семантическая экспертиза.	1	0	2	4
Предмет, объект, задачи экспертизы. Типовые критерии экспертизы. Типовые вопросы по спорным товарным знакам. Исследование адекватности интерпретации (переложения, пересказа) одного текста в другом тексте (в том числе в таких документах, как исковое заявление, жалоба и т.д.) в экспертизе, назначаемой по делам 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. Типы коммуникативных конфликтов, понятие речевой неудачи. Возрастные, тендерные, национальные, конфессиональные, социальные и культурные различия как причины коммуникативных кон-фликтов.				
Тема 8. Лингвистическая экспертиза: клевета,	1	0	2	4

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
оскорбле-ние; защита чести, достоинства и деловой репутации.				
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, достоинства, репутации, деловой репутации. «Циничная форма» с позиций юриста и лингвиста; нормативная и ненормативная лексика: непристойная, неприличная инвективная, обсценная лексика, бранные слова.				
Лингвистическая экспертиза: возбуждение национальной и иной розни, экстремизм; агитация, пропаганда, подстрекательство.	1	0	2	4
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 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. Специфика лингвистического анализа звучащей и письменной речи в соответствии с ФЗ от 25 июля 2002 г. N 114-ФЗ "О противо-действии экстремистской деятельности" и ФЗ 06.03.2006 № 35-ФЗ «О противодействию терроризму».				
Тема 10. Экспертиза наименований. Законодательная база нейминга.	1	0	2	4
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 11. Экспертиза на наличие в наименованиях	0	0	2	4

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
скры-той 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 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.	0	0	2	4
Типовые критерии экспертизы. Типовые вопросы по спорным товарным знакам.				
Тема 13. Экспертиза наименований.	0	0	2	4
Нормативно-стилистические критерии экспертизы наименований до степени смешения.				
Тема 14. Экспертиза наименований.	0	0	2	4
Фонетические критерии экспертизы наименований до степени смешения.				
Тема 15. Экспертиза наименований.	0	0	2	4
Семантические критерии экспертизы наименований до степени смешения.				
Тема 16. Экспертиза наименований.	0	0	2	3
Графические критерии экспертизы наименований до степени смешения.				
Тема 17. Региональные практики	0	0	2	4
Пермская реклама: практика Пермского отделения УФАС.				
ИТОГО по 2-му семестру	9	0	34	63
ИТОГО по дисциплине	9	0	34	63

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Основы экспертологии. Судебная экспертиза в практике рекламы и связей с общественностью.
2	Виды и типы экспертиз.
3	Юридическое обеспечение экспертной деятельности.
4	Место лингвистической экспертизы в общей классификации судебных экспертиз.

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
5	Автороведческая экспертиза.
6	Законодательная база автороведческой экспертизы. Закон РФ "Об авторском праве и смежных правах" от 09.07.1993 N 5351-1.
7	Семантическая экспертиза.
8	Лингвистическая экспертиза: клевета, оскорбление; защита чести, достоинства и деловой репутации.
9	Лингвистическая экспертиза: возбуждение национальной и иной розни, экстремизм; агитация, пропаганда, подстрекательство.
10	Экспертиза наименований. Законодательная база нейминга. 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".
11	Экспертиза на наличие в наименованиях скрытой рекламы и скрытой пропаганды.
12	Экспертиза наименований до степени смешения. Типовые критерии экспертизы. Типовые вопросы по спорным товарным знакам.
13	Экспертиза наименований. Нормативно-стилистические критерии экспертизы наименований до степени смешения.
14	Экспертиза наименований. Фонетические критерии экспертизы наименований до степени смешения.
15	Экспертиза наименований. Семантические критерии экспертизы наименований до степени смешения.
16	Экспертиза наименований. Графические критерии экспертизы наименований до степени смешения.
17	Региональные российские и зарубежные судебные практики в сфере рекламы и связей с общественностью.

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при которой учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установления связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и приятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

Проведение лабораторных занятий основывается на интерактивном методе обучения, при котором обучающиеся взаимодействуют не только с преподавателем, но и друг с другом. При этом доминирует активность учащихся в процессе обучения. Место преподавателя в интерактивных занятиях сводится к направлению деятельности обучающихся на достижение целей занятия.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.

2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.

3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.

4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

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

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Венедиктова В. И. Деловая репутация: личность, культура, этика, имидж делового человека / В. И. Венедиктова. - Москва: Ин-т новой экономики, 1996.	4
2	Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие для вузов / Ф. И. Шарков. - Москва: Дашков и К, 2016.	25
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Бинецкий А. Э. Паблик рилейшнз: Защита интересов и репутации бизнеса : учебно-практическое пособие / А. Э. Бинецкий. - Москва: ЭКМОС, 2003.	6
2	Елистратов В. С. Нейминг: искусство называть : учебно-практическое пособие / В. С. Елистратов, П. А. Пименов. - Москва: Омега-Л, 2014.	1
3	Мамонова Е. А. Правовое регулирование рекламы / Е. А. Мамонова. - Москва: Дашков и К, 2012.	3
4	Правовое регулирование рекламной деятельности : Комментарии и законодательство. - Москва: Спарк, 2001.	1
5	Шляхова С. С. PR пермского периода: региональные коммуникации и территориальная идентичность в исторической ретроспективе : монография / С. С. Шляхова, Ю. Ю. Лекторова, А. Ю. Прудников. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2018.	1
6	Экстремизм и его причины : монография / Ю. М. Антонян [и др.]. - Москва: Логос, 2011.	2
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	

3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Шляхова С. С. PR пермского периода: региональные коммуникации и территориальная идентичность в исторической ретроспективе : монография / С. С. Шляхова, Ю. Ю. Лекторова, А. Ю. Прудников. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2018.	http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks225173	локальная сеть; свободный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечеая система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/
База данных компании EBSCO	https://www.ebsco.com/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	компьютер	1
Лекция	проектор	1
Практическое занятие	компьютер	1
Практическое занятие	проектор	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе