

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



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 20 » марта 20 23 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью
(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 высокотехнологичных
отраслях
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. 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.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

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

1.3. Входные требования

Не предусмотрены

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
-------------	-------------------	---	--	-----------------

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.1	ИД-1ПК-1.1	Знает понятийный аппарат в области нематериальных активов (брендов); инструменты бренд-менеджмента; процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) в рамках законодательства РФ	Знает понятийный аппарат в области нематериальных активов (брендов); инструменты бренд-менеджмента; процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); инструменты маркетинговых коммуникаций	Зачет
ПК-1.1	ИД-2ПК-1.1	Умеет определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; проводить тестирование коммуникационных продуктов в рамках законодательства РФ	Умеет определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов); проводить оценку стоимости брендов организации	Индивидуальное задание
ПК-1.1	ИД-3ПК-1.1	Владеет навыками разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации; тестирования инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский рынок; подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов) в рамках законодательства РФ	Владеет навыками разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации; использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; разработки комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг); тестирования инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки; подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)	Индивидуальное задание
ПК-2.1	ИД-1ПК-2.1	Знает состав процесса стратегического и	Знает состав процесса стратегического и	Зачет

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		оперативного планирования: организацию рекламного дела в рамках законодательства РФ	оперативного планирования: организацию рекламного дела	
ПК-2.1	ИД-2ПК-2.1	Умеет 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: проводить анализ результативности коммуникационной политики в рамках законодательства РФ	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; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта ; выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий: проводить анализ результативности коммуникационной политики	Индивидуальное задание
ПК-2.1	ИД-3ПК-2.1	Владеет навыками формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта и продукта; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации в контексте законодательства РФ.	Владеет навыками разработки технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда; формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта и продукта; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации	Индивидуальное задание

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:	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	

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	
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 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 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 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 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				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
терроризму».				
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 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, достоинства, репутации, деловой репутации. «Циничная форма» с позиций юриста и лингвиста; 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 призыва: призывы прямые, косвенные, явные, скрытые. Компоненты текста, соответствующие				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
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 противодействии экстремистской деятельности" и ФЗ 06.03.2006 № 35-ФЗ «О противодействии терроризму».				
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	Законодательная база в сфере авторского права. Автороведческая экспертиза
2	Законодательная база в сфере нейминга. Экспертиза наименований
3	Законодательная база и экспертиза в сфере оскорбления и клеветы.
4	Законодательная база и экспертиза в сфере разжигания межнациональной и религиозной вражды.
5	Законодательная база и экспертиза в сфере защиты чести, достоинства и деловой репутации. отиков, распространении порнографических материалов.
6	Законодательная база и экспертиза в сфере экстремизма.
7	Законодательная база и экспертиза в сфере пропаганды наркотиков, распространения порнографических материалов.
8	Пермская реклама: практика Пермского отделения УФАС

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором 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 установление 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 принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

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	Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. Москва : Дашков и К, 2016. 333 с. 21 усл. печ. л.	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	Венедиктова В. И. Деловая репутация: личность, культура, этика, имидж делового человека / В. И. Венедиктова. - Москва: Ин-т новой экономики, 1996.	4
3	Елистратов В. С. Нейминг: искусство называть : учебно-практическое пособие / В. С. Елистратов, П. А. Пименов. - Москва: Омега-Л, 2014.	1
4	Мамонова Е. А. Правовое регулирование рекламы / Е. А. Мамонова. - Москва: Дашков и К, 2012.	3
5	Правовое регулирование рекламной деятельности : Комментарии и законодательство. - Москва: Спарк, 2001.	1
6	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
7	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	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)

Вид ПО	Наименование ПО
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-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

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

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью»
Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность (профиль)
образовательной программы:** Реклама и связи с общественностью в
высокотехнологичных отраслях

Квалификация выпускника: «Магистр»

Выпускающая кафедра: Иностранных языков и связей с
общественностью

Форма обучения: Очная

Курс: 1

Семестр: 2

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану: 2 ЗЕ

Часов по рабочему учебному плану: 72 ч.

Форма промежуточной аттестации:

Зачёт: 2 семестр

Пермь 2023

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (2-го семестра учебного плана) и разбито на 7 тем. В каждой теме предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по практическим занятиям и зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля					
	Текущий		Рубежный		Итоговый	
	С	ТО	ОЛР	Т/КР		Зачёт
Усвоенные знания						
3.1 Знает понятийный аппарат в области нематериальных активов (брендов); инструменты бренд-менеджмента; процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) в рамках законодательства РФ		ТО		КЗ		ТВ
3.2 Знает состав процесса стратегического и оперативного планирования: организацию рекламного дела в рамках законодательства РФ		ТО		КЗ		ТВ
Освоенные умения						
У.1 Умеет определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; проводить тестирование коммуникационных продуктов в рамках законодательства РФ				КЗ		КЗ
У.2 Умеет 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; проводить анализ результативности коммуникационной политики в рамках законодательства РФ				КЗ		КЗ
Приобретенные владения						
В.1 Владеет навыками разработки мер по внедрению				КЗ		КЗ

инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации; тестирования инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский рынок; подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов) в рамках законодательства РФ					
В.2 Владеет навыками формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта и продукта; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации в контексте законодательства РФ				КЗ	КЗ

С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача (индивидуальное задание); ОЛР – отчет по лабораторной работе; Т/КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание; КЗ – комплексное задание дифференцированного зачета.

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде зачета, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

2.1. Текущий контроль усвоения материала

Текущий контроль усвоения материала в форме собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме отчета по индивидуальному заданию (кейс-задача) после изучения отдельных тем учебной дисциплины.

2.2.1. Отчет по индивидуальному заданию (кейс-задача)

Отчет по индивидуальному заданию (кейс-задача) проводится индивидуально каждым студентом или группой студентов. Типовые шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

Типовые кейс-задачи (индивидуальные задания):

1. Определите социально-биографические параметры (пол, возраст, уровень образования, профессиональную и социальную среду) говорящих в следующих фрагментах текста.
2. Определите языковые параметры (родной язык, диалектные особенности, знание иностранных языков, особенности идиостиля) говорящих в следующих фрагментах текста.
3. Определите психологические параметры (когнитивные и психические особенности, отклонения в психике, набор приоритетных смыслов) говорящих в следующих фрагментах текста.

4. При помощи экспертизы наименований решите идентификационные задачи, ответив на следующие вопросы:
 - Какими общими (отличительными) чертами (графическими, фонетическими, семантическими или другими) обладают рассматриваемые наименования?
 - Является ли данное наименование сходным с другими рассматриваемыми наименованиями до степени смешения?
5. Произведите лингвистическую экспертизу текста, ответив на вопросы:
 - Содержатся ли в тексте негативные сведения о ком-либо, его деятельности и о его личных деловых и моральных качествах? В каких конкретно высказываниях содержится негативная информация?
 - Если в вышеуказанных фразах имеются негативные сведения о ..., то в какой форме они выражены: утверждения, предположения, оценочного суждения?
 - Содержит ли текст сведения, унижающие честь и умаляющие достоинство, задевающие, чернящие деловую репутацию истца (физического или юридического лица)?
 - Являются ли данные высказывания оскорблением?
6. Являются ли высказывания, приведенные ниже, высказываниями в неприличной форме, унижающими честь и достоинство другого лица? Определите неприличную форму оценки в высказываниях, можно ли считать эти высказывания оскорблением.
7. Произведите лингвистическую экспертизу текста, ответив на вопросы:
 - Имеются ли высказывания, содержащие пропаганду неполноценности граждан какой-либо национальности или социальной группы по сравнению с другой нацией или группой?
 - Имеются ли высказывания, содержащие призывы к осуществлению каких-либо враждебных или насильственных действий по отношению к лицам какой-либо национальности?
 - Имеются ли высказывания уничижительного характера по отношению к лицам какой-либо национальности, этнической или социальной группы?
 - Имеются ли высказывания побудительного характера или фразы в форме директивного предписания к действиям в пользу одной социальной группы за счет другой?
 - Имеются ли высказывания, которые с точки зрения современного носителя русского языка можно истолковать как приписывание всем представителям одной этнической группы следования древним обычаям, верованиям, традициям действий, негативно оцениваемых современной российской культурой?
 - Есть ли высказывания в форме утверждения о природном превосходстве одной нации и неполноценности, порочности другой?
 - Есть ли высказывания, содержащие утверждения о возложении ответственности за деяния отдельных представителей на всю этническую группу?

- Имеются ли высказывания, содержащие пропаганду, агитацию или подстрекательство?
8. Определите информационные и оценочные высказывания в публикации.
 9. Выявите дискредитационные и манипулятивные стратегии в публикации.
 10. Подготовьте ответы на вопросы:
 - В чем состоят цели лингвистической экспертизы рекламной продукции?
 - Назовите филологические и правовые источники критериев оценки рекламных текстов.
 - Назовите правовые и корпоративные требования к качествам рекламного текста.
 - Какие параметры рекламного текста подвергаются экспертному анализу?
 11. Определите нарушение законодательства и этики в практике пермской рекламы

2.3. Выполнение комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу

Для оценивания навыков и опыта деятельности (владения) как результата обучения по дисциплине, не имеющей курсового проекта или работы, используется индивидуальное комплексное задание студенту.

1. Проанализируйте рекламные тексты с учетом закона о рекламе
2. При помощи экспертизы наименований решите диагностические (классификационные) задачи, ответив на следующие вопросы:
 - Соответствует ли данное наименование нормам современного (русского) литературного языка?
 - Является ли данное наименование индивидуальным и уникальным?
 - Какие коннотации (положительные либо отрицательные) имеет данное наименование? В какие системные (ассоциативные, словообразовательные, этимологические) связи с лексикой (русского) языка может входить данное слово?
 - Выступает ли в качестве наименования единица, которая используется как общепринятое и общеупотребительное обозначение товаров и услуг данного рода?
 - Не содержит ли данное наименование или его элементы ложной информации или информации, способной ввести в заблуждение потребителя относительно товара (услуги) или его изготовителя?
 - Не противоречит ли данное наименование принципам гуманности и морали? Не содержит ли оно явной или скрытой пропаганды (наркотиков, насилия, расовой ненависти и т.п.)?

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех работ и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения предыдущих работ студента по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки освоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности *всех* заявленных компетенций.

2.4.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине

Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. Законодательство в сфере авторского права. Закон РФ "Об авторском праве и смежных правах" от 09.07.1993 N 5351-1. Авторское экспертное
2. 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".
3. Экспертиза наименований. Экспертиза на наличие в наименованиях скрытой рекламы и скрытой пропаганды. Экспертиза наименований до степени смешения. Типовые критерии экспертизы. Типовые вопросы по спорным товарным знакам.
4. Законодательная база в сфере национальной и иной розни, экстремизм; агитация, пропаганда, подстрекательство. ФЗ от 25 июля 2002 г. N 114-ФЗ "О противодействии экстремистской деятельности" и ФЗ 06.03.2006 №35-ФЗ «О противодействии терроризму».
5. Законодательная база УК и ГК РФ о защите чести, достоинства и деловой репутации, оскорблении и клевете. 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), (ст. 152 ГК РФ), об экстремизме, пропаганде наркотиков, распространении порнографических материалов (ст. 242 УК РФ), а также по различным имущественным спорам.
6. Особенности экспертиз, назначаемых по делам о клевете, оскорблении, разжигании межнациональной и религиозной вражды, делам о защите чести,

достоинства и деловой репутации, авторских прав, экстремизме. Типовые вопросы.

7. Лингвистическая экспертиза: возбуждение национальной и иной розни, экстремизм; агитация, пропаганда, подстрекательство. Круг речевых действий, охватываемых ст. 282 Уголовного кодекса РФ (УК РФ).
8. Речевой жанр призыва: призывы прямые, косвенные, явные, скрытые. Компоненты текста, соответствующие пониманию экстремизма по ФЗ от 25 июля 2002 г. N114-ФЗ "О противодействии экстремистской деятельности".
9. 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 противодействии экстремистской деятельности" и ФЗ 06.03.2006 № 35-ФЗ «О противодействии терроризму».

Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений:

1. Определите социально-биографические параметры (пол, возраст, уровень образования, профессиональную и социальную среду) говорящих в следующих фрагментах текста.
2. Определите языковые параметры (родной язык, диалектные особенности, знание иностранных языков, особенности идиостиля) говорящих в следующих фрагментах текста.
3. Определите психологические параметры (когнитивные и психические особенности, отклонения в психике, набор приоритетных смыслов) говорящих в следующих фрагментах текста.
4. При помощи экспертизы наименований решите идентификационные задачи, ответив на следующие вопросы:
 - Какими общими (отличительными) чертами (графическими, фонетическими, семантическими или другими) обладают рассматриваемые наименования?
 - Является ли данное наименование сходным с другими рассматриваемыми наименованиями до степени смешения?
5. Произведите лингвистическую экспертизу текста, ответив на вопросы:
 - Содержатся ли в тексте негативные сведения о ком-либо, его деятельности и о его личных деловых и моральных качествах? В каких конкретно высказываниях содержится негативная информация?
 - Если в вышеуказанных фразах имеются негативные сведения о ..., то в какой форме они выражены: утверждения, предположения, оценочного суждения?
 - Содержит ли текст сведения, унижающие честь и умаляющие достоинство, задевающие, чернящие деловую репутацию истца (физического или юридического лица)?
 - Являются ли данные высказывания оскорблением?
6. Являются ли высказывания, приведенные ниже, высказываниями в неприличной форме, унижающими честь и достоинство другого лица?

Определите неприличную форму оценки в высказываниях, можно ли считать эти высказывания оскорблением.

7. Произведите лингвистическую экспертизу текста, ответив на вопросы:
 - Имеются ли высказывания, содержащие пропаганду неполноценности граждан какой-либо национальности или социальной группы по сравнению с другой нацией или группой?
 - Имеются ли высказывания, содержащие призывы к осуществлению каких-либо враждебных или насильственных действий по отношению к лицам какой-либо национальности?
 - Имеются ли высказывания уничижительного характера по отношению к лицам какой-либо национальности, этнической или социальной группы?
 - Имеются ли высказывания побудительного характера или фразы в форме директивного предписания к действиям в пользу одной социальной группы за счет другой?
 - Имеются ли высказывания, которые с точки зрения современного носителя русского языка можно истолковать как приписывание всем представителям одной этнической группы следования древним обычаям, верованиям, традициям действий, негативно оцениваемых современной российской культурой?
 - Есть ли высказывания в форме утверждения о природном превосходстве одной нации и неполноценности, порочности другой?
 - Есть ли высказывания, содержащие утверждения о возложении ответственности за деяния отдельных представителей на всю этническую группу?
 - Имеются ли высказывания, содержащие пропаганду, агитацию или подстрекательство?
8. Определите информационные и оценочные высказывания в публикации.
9. Выявите дискредитационные и манипулятивные стратегии в публикации.
10. Подготовьте ответы на вопросы:
 - В чем состоят цели лингвистической экспертизы рекламной продукции?
 - Назовите филологические и правовые источники критериев оценки рекламных текстов.
 - Назовите правовые и корпоративные требования к качествам рекламного текста.
 - Какие параметры рекламного текста подвергаются экспертному анализу?
11. Определите нарушение законодательства и этики в практике пермской рекламы

Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:

1. Проанализируйте рекламные тексты с учетом закона о рекламе
2. При помощи экспертизы наименований решите диагностические (классификационные) задачи, ответив на следующие вопросы:
 - Соответствует ли данное наименование нормам современного (русского) литературного языка?

- Является ли данное наименование индивидуальным и уникальным?
- Какие коннотации (положительные либо отрицательные) имеет данное наименование? В какие системные (ассоциативные, словообразовательные, этимологические) связи с лексикой (русского) языка может входить данное слово?
- Выступает ли в качестве наименования единица, которая используется как общепринятое и общеупотребительное обозначение товаров и услуг данного рода?
- Не содержит ли данное наименование или его элементы ложной информации или информации, способной ввести в заблуждение потребителя относительно товара (услуги) или его изготовителя?
- Не противоречит ли данное наименование принципам гуманности и морали? Не содержит ли оно явной или скрытой пропаганды (наркотиков, насилия, расовой ненависти и т.п.)?

Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:

3. Проанализируйте рекламные тексты с учетом закона о рекламе
4. При помощи экспертизы наименований решите диагностические (классификационные) задачи, ответив на следующие вопросы:
 - Соответствует ли данное наименование нормам современного (русского) литературного языка?
 - Является ли данное наименование индивидуальным и уникальным?
 - Какие коннотации (положительные либо отрицательные) имеет данное наименование? В какие системные (ассоциативные, словообразовательные, этимологические) связи с лексикой (русского) языка может входить данное слово?
 - Выступает ли в качестве наименования единица, которая используется как общепринятое и общеупотребительное обозначение товаров и услуг данного рода?
 - Не содержит ли данное наименование или его элементы ложной информации или информации, способной ввести в заблуждение потребителя относительно товара (услуги) или его изготовителя?
 - Не противоречит ли данное наименование принципам гуманности и морали? Не содержит ли оно явной или скрытой пропаганды (наркотиков, насилия, расовой ненависти и т.п.)?

2.4.2.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.