МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

# «Российский государственный гуманитарный университет»

# (ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА

ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра предпринимательского права

ПЕРЕЧЕНЬ ПРИМЕРНЫХ ТЕМ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

(МАГИСТЕРСКИХ ДИССЕРТАЦИЙ)

Направление подготовки **40.04.01 Юриспруденция**

Направленность профиль

# Правовое регулирование PR и GR технологий в политике и бизнесе

Уровень квалификации выпускника: **магистр**

Форма обучения**: заочная**

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

предпринимательского права

№ 2 от 19.09. 2024г.

# 

# Москва 2024

**Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ**

1. PR и GR в России и за рубежом: сравнительно-правовая характеристика
2. Понятие, значение и нормативно-правовая основа рекламной деятельности.
3. Правовая характеристика содержания и распространения рекламы.
4. Правовое регулирование связей с общественностью
5. Правовое регулирование средств массовой информации
6. Нормативно-правовое регулирование паблик-рилейшиз
7. Правовые проблемы совершенствования взаимодействия бизнес-ассоциаций и предприятий в России.
8. Бизнес-ассоциации и их роль в развитии предпринимательства
9. Бизнес-ассоциации, как правовая форма представительства интересов бизнеса
10. Актуальные проблемы правового регулирования взаимодействия бизнес-ассоциаций и предприятий в России и за рубежом
11. Актуальные проблемы и особенности правового регулирования в сфере PR и GR
12. Правовые основы создания коммуникационных стратегий
13. Правовой статус и организация работы PR-службы
14. Правовые и этические начала в деятельности PR-специалиста
15. Организация рекламной деятельности в Российской Федерации: правовые аспекты.
16. Особенности правового регулирования рекламы и PR деятельности в Российской Федерации.
17. Реклама как объект правового регулирования.
18. Правовой статус субъектов рекламной деятельности.
19. Правовая охрана средств индивидуализации участников рекламной деятельности.
20. Саморегулируемые организации в сфере рекламы.
21. Государственный контроль в сфере рекламы.
22. Правовые аспекты маркировки интернет-рекламы
23. Договоры в рекламной деятельности
24. Договор на оказание рекламных услуг, его соотношение с подрядным договором.
25. Договорное регулирование связей с общественностью
26. Договорное регулирование деятельности средств массовой информации
27. Договор оказания услуг со специалистом по PR
28. Договор оказания услуг рекламно-информационного характера в области поддержки и увеличения объема продаж продукта компании
29. Договор на оказание услуг по поддержке и продвижению интернет-ресурса

# Договор на интернет-рекламу: таргет и контекст

1. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
2. Гражданско-правовая ответственность и защита прав участников правоотношенийв сфере PR и GR
3. Правовое регулирование защиты прав потребителей в области рекламной деятельности.
4. Правовая защита участников рекламной деятельности в суде.
5. Правовое аспекты рекламной деятельности и СМИ
6. Правовые риски в PR и GR деятельности в сфере политики
7. Правовые аспекты взаимодействия бизнеса с государственными органами
8. Правовое регулирование лоббистской деятельности в политике и бизнесе
9. Правовые аспекты использования социальных медиа в PR и GR деятельности
10. Правовые аспекты защиты репутации компаний и политических организаций
11. Роль правовых норм в обеспечении прозрачности PR и GR кампаний
12. Правовое регулирование PR и GR деятельности в России и странах БРИКС
13. Правовая ответственность в PR и GR деятельности
14. Правовые аспекты защиты интеллектуальной собственности в PR и GR деятельности бизнеса
15. Влияние правовых норм на этические аспекты PR и GR деятельности
16. Грантовая поддержка бизнеса и GR технологии: правовой аспект
17. Правовые основы деятельности средств массовой информации в Российской Федерации.
18. Защита авторских и смежных прав в сфере медиаиндустрии.
19. Правовое регулирование деятельности интернет-СМИ и социальных сетей.
20. Правовые аспекты информационной безопасности и защиты персональных данных в медиасфере.
21. Особенности заключения и исполнения договоров на производство и размещение рекламы.
22. Правовое регулирование договоров франчайзинга в рекламной деятельности.
23. Правовое регулирование договоров подряда и возмездного оказания услуг в рекламной сфере.
24. Проблемы правового регулирования договоров комиссии и агентских договоров в рекламной деятельности.
25. Правовые аспекты взаимодействия спонсоров и получателей спонсорской поддержки в GR.
26. Правовая защита конфиденциальной информации в рамках спонсорских соглашений в GR.
27. Разрешение споров, связанных со спонсорскими соглашениями в GR.
28. Правовые основы спонсорской деятельности в сфере GR.
29. Правовое регулирование деятельности ассоциаций бизнеса как инструмента лоббирования.
30. Правовые аспекты кибербуллинга и их влияние на журналистику.
31. Правовой статус блогеров.
32. Правовое регулирование PR-деятельности в политике: эффективные меры и существующие проблемы.
33. Государственные отношения (GR) как правовой инструмент защиты интересов бизнеса: анализ и перспективы.
34. Защита прав потребителей в PR-деятельности: правовые механизмы и практика.
35. Проблемы правового регулирования политической рекламы в России.
36. Правовые аспекты защиты товарных знаков в рекламе.
37. Лицензирование и франчайзинг как инструменты управления интеллектуальной собственностью в рекламе.
38. Юридическая ответственность за нарушение интеллектуальной собственности в рекламе.
39. Договоры на создание и распространение рекламы: ключевые положения и риски.
40. Инновационные подходы к договорному регулированию в digital-рекламе.
41. Правовые аспекты цифровизации PR-технологий.
42. Правовое обеспечение авторских прав в цифровых PR-кампаниях.
43. Проблемы легитимности онлайн-кампаний в бизнесе: правовые границы и возможности.
44. Правовой режим цифровых платформ как инструмента PR и GR.
45. Антимонопольное регулирование и его влияние на PR-стратегии: правовые аспекты.
46. Лоббирование в интересах бизнеса: антимонопольные риски и правовое регулирование.
47. Использование PR-технологий для обхода антимонопольного законодательства: правовые последствия.
48. Защита прав граждан в политических коммуникациях: правовые механизмы и практика.
49. Политические коммуникации и права человека: правовые стандарты и практическое применение.
50. Глобализация и правовое регулирование политических коммуникаций: тенденции и вызовы.