

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра теории и практики общественных связей

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА КОНТЕНТА**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**42.03.01 – Реклама и связи с общественностью**

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

**Конструирование инновационного медиапродукта**

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: **бакалавриат**

Форма обучения: **очно-заочная**

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2024

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА КОНТЕНТА**

Рабочая программа дисциплины

Составитель: к. исторических н., доцент, доцент кафедры теории и практики общественных связей Щеглова А.С.

Ответственный редактор  
доктор. филос. наук, профессор С.В.Клягин

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры теории  
и практики общественных связей  
№ 7 от 16.03.2024г.

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

1. Пояснительная записка
    - 1.1 Цель и задачи дисциплины
    - 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
    - 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы
  2. Структура дисциплины
  3. Содержание дисциплины
  4. Образовательные технологии
  5. Оценка планируемых результатов обучения
    - 5.1. Система оценивания
    - 5.2. Критерии выставления оценок
    - 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
  6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
    - 6.1. Список источников и литературы
    - 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
  7. Материально-техническое обеспечение дисциплины
  8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
  9. Методические материалы
    - 9.1. Планы практических занятий
- Приложение 1. Аннотация дисциплины

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

*Цель учебной дисциплины:* формирование у слушателей комплекса знаний, навыков и компетенций в области правового регулирования производства медиа контента и закрепление профессиональных навыков в области развития современного социального медиа рынка

*Задачи учебной дисциплины:* овладение основами законодательства в области массовой информации о правовых нормах и принципах, на которых базируются массово-информационные отношения в России, об основах права на свободу выражения мнений, о правах и обязанностях в области PR и связей с общественностью

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2. Способность использования знаний о важнейших нормах, институтах и отраслях действующего российского права для определения круга задач и оптимальных способов их решения.	<i>Знать:</i> юридическое определение видов деятельности, осуществляемых в рамках медиапроекта <i>Уметь:</i> организовать деятельность по защите информации <i>Владеть:</i> навыками оформления прав на медиа продукт и отдельные части медиа продукта
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	<i>Знать:</i> основные нормативно-правовые основы регулирования производства контента <i>Уметь:</i> анализировать тенденции развития медиа рынка и выработать рекомендации по совершенствованию медиа услуг в рамках правового поля <i>Владеть:</i> технологическими навыками использования современных медиа-ресурсов в рамках современного правового поля

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Правовое регулирование производства контента» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока дисциплин учебного плана

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Глобальные инновации и региональные медиа культуры, Технологии мультимедийного контента.

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

### Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
VI	Лекции	8
VI	Семинары/лабораторные работы	16
Всего:		24

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа(ов).

## 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Понятие «медиа право», история развития направления	Предмет, структура и задачи курса. Понятие медиа право. История развития направления. Свобода мысли как неотъемлемое право человека. Источники медиа права: международные договоры, Конституция, законы, указы президента и постановления правительства.
2	Юридическое определение видов деятельности, осуществляемых в рамках медиа проекта	Конституция РФ как основополагающий юридический акт прямого действия. Соответствие норм российской Конституции о свободе информации документами ООН и Совета Европы: Всеобщей декларации прав человека, Международного пакта о гражданских и политических правах, Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод. Понятие свободы массовой информации. Прецедентное право судебного органа Совета Европы – Европейского суда по правам человека – по делам о нарушении положений статьи 10 Европейской конвенции. Закон РФ «О средствах массовой информации» (1991 г.): история принятия.
3	Организация деятельности по защите информации	Закон РФ «О средствах массовой информации» (1991 г.) как основной акт, регулирующий СМИ.
4	Использование авторского права	Понятие и классификация авторских прав. Источники правового регулирования авторских прав и их защиты. Презумпция авторства как основа для защиты авторских прав. Формы, способы и средства

		защиты авторских прав. Ответственность за нарушение авторских прав.
5	Типовые формы договоров при создании медиа продукта	Договор на создание медиа продукта. Договор на оказание услуг по разработке и созданию медиа продукта. Договор авторского заказа на создание медиа продукта. Договор на информационно-технологическое сопровождение. Приказ Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ от 17 декабря 2020 г. № 715 “Об утверждении типовых условий контрактов на выполнение работ по созданию и (или) развитию (модернизации) государственных (муниципальных) и (или) иных информационных систем”
6	Оформление прав на медиа продукт и отдельные части медиа продукта	Правовая природа медиа продукта. Проблемы нормативного регулирования правоотношений в сфере медиа. Международные принципы создания информационного общества.

#### 4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1	Тема 1. Понятие «социальный медиа маркетинг» (SMM), история развития направления	Лекция 1 (2 ч). Теоретико-методологические подходы к понятию социальный медиа маркетинг.  Семинар 1-2. Маркетинг в социальных медиа: современные инструменты продвижения бизнеса.  Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов.  Консультирование и проверка домашних заданий. Обсуждение рефератов и презентаций по теме занятия. Выполнение контрольных работ.  Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
2	Тема 2. Основные принципы работы в социальном медиа маркетинге. Характеристика и	Лекция 4 (2ч). Изучение принципов и видов таргетирования. Оперативные технологии	Интерактивная лекция с использованием видеоматериалов.

	классификация социальных медиа	реагирования в социальных медиа.  Семинар 4-6. Парсеры для таргетированной рекламы. Группы потребителей, их характеристики. Самостоятельная работа	Обсуждение теоретических и методологических проблем в виде докладов студентов и коллоквиумов; групповые дискуссии.  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты, работа с литературой и Интернет-ресурсам.
3	Тема 3. Обзор глобальных и национальных платформ. Стратегии маркетингового использования социальных медиа	Лекция 6 (2ч). Использование социальных медиа в традиционных бизнес-процессах (маркетинг, разработка продуктов, продажи, поддержка клиентов).  Семинар 7-9. Доминирование глобальных цифровых платформ. Реализация SMM-стратегии социальных сетей.  Самостоятельная работа	Интерактивная лекция использованием видеоматериалов.  Обсуждение теоретических и методологических проблем в виде докладов студентов и коллоквиумов; групповые дискуссии.  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты, работа с литературой и Интернет-ресурсам.
4	Тема 4. Алгоритмы управления контентом	Лекция 8 (2ч). Понятие SMM продвижение. Категории инструментов для продвижения SMM.  Семинар 10-11. Компетенции эффективности SMM команды. Цикл контент-маркетинга.  Самостоятельная работа	Интерактивная лекция использованием видеоматериалов.  Обсуждение теоретических и методологических проблем в виде докладов студентов и коллоквиумов; групповые дискуссии.  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты, работа с литературой и Интернет-ресурсам.

5	Тема 5. Лучшие SMM-механики. Ключевые метрики. Особенности SMM в Рунете.	Лекция 10 (2ч). Изучение лучших практик рекламы, WOM, COBRA, маркетинга влияния, вирусного контента и прямых коммуникаций бренда.  Семинар 12. Лучшие SMM-механики. Ключевые метрики. Особенности SMM в Рунете.  Самостоятельная работа	Проблемно-поисковая лекция использованием видеоматериалов.  Обсуждение теоретических и методологических проблем в виде докладов студентов и коллоквиумов; групповые дискуссии.  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты, работа с литературой и Интернет-ресурсам.
6	Тема 6. Современные проблемы развития маркетинга в социальных медиа	Лекция 12 (2ч). Современные тенденции развития социального медиа маркетинга.  Семинар 13. Современное состояние уровня профессионализма SMM специалистов.  Самостоятельная работа	Проблемно-поисковая лекция использованием видеоматериалов.  Обсуждение теоретических и методологических проблем в виде докладов студентов и коллоквиумов; групповые дискуссии.  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты, работа с литературой и Интернет-ресурсам.

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	35 баллов
- реферативный доклад (темы 1-3)	25 баллов	25 баллов
Промежуточная аттестация – зачет с оценкой (коллоквиум)		40 баллов
<b>Итого за семестр</b>		<b>100 баллов</b>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:



100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

### 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### 5.3. *Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине*

#### **Оценочные средства текущего контроля**

В соответствии с учебным планом в структуре учебной дисциплины «Правовое регулирование производства контента» предусмотрена одна форма текущей аттестации.

Форма текущего контроля: *реферативный доклад*.

#### ***Тематика реферативных докладов***

1. Современное информационное общество как контекст развития сети Интернет.
2. Информация в контексте проблем правового регулирования сети Интернет.
3. Правовое регулирование правоотношений в сети Интернет.

4. Сравнительно-правовой анализ правового регулирования сети Интернет.
5. Юридическое сопровождение производства контента.
6. Анализ ежегодного убытка из-за недостаточного внимания к охране, защите и монетизации интеллектуальной собственности в России.
7. Управление нематериальными активами.
8. Защита и потенциалы капитализации нематериальных активов.
9. Объекты интеллектуального права и их защита.
10. Инфобизнес как объект интеллектуального права.
11. Технологии создания виртуальных копий в социальных сетях.
12. Анализ понятий: авторская интерпретация, художественное заимствование и плагиат.
13. Анализ понятий: неправомерная переработка, параллельное творчество, доктрина добросовестного использования.
14. Новые цифровые инструменты в помощь креаторам.
15. Понятие «блогер», рекламное взаимодействие, защита прав, взаимный пиар.
16. Понятие пользовательского стриминга.
17. Основные принципы правового регулирования рекламной деятельности в России.
18. Социальная значимость рекламы.
19. Становление правового регулирования рекламной деятельности в России.
20. Гражданское и международное право и их роль в правовом регулировании рекламной деятельности.
21. Источники правового регулирования рекламной деятельности.
22. Понятие и классификация источников правового регулирования рекламной деятельности.
23. Региональное и муниципальное регулирование рекламной деятельности.
24. Правовое регулирование рекламы.
25. Федеральный закон «О рекламе».
26. Гражданский кодекс РФ, часть IV.
27. Федеральный закон «О защите конкуренции».
28. Федеральный закон «О защите прав потребителей».
29. Правовое регулирование отдельных способов распространения рекламы.
30. Особенности рекламы в теле- и радиопередачах.
31. Особенности рекламы в периодических печатных изданиях.
32. Особенности рекламы, распространяемой при кино- и видеообслуживании.
33. Особенности рекламы, распространяемой по сетям электросвязи.
34. Особенности наружной рекламы
35. Особенности рекламы на транспортных средствах и с их использованием.
36. Законодательное и нормативное регулирование в сфере ИТ и цифровой трансформации.
37. Правовая защита контента и дизайна веб-сайта.
38. Дизайн и контент веб-сайта как объекты авторского права.

*Критерий оценки реферативного доклада:*

- всего за текущую аттестацию 25 баллов
- раскрыть в сообщении (тексте) ключевые идеи и характеристики рассматриваемой проблемы 15 баллов,
- указать источники – 5 баллов,
- формулировка выводов – 5 баллов.

**Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине*****Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации (зачет с оценкой)***

1. Современное информационное общество как контекст развития сети Интернет.
2. Информация в контексте проблем правового регулирования сети Интернет.
3. Правовое регулирование правоотношений в сети Интернет.
4. Сравнительно-правовой анализ правового регулирования сети Интернет.
5. Юридическое сопровождение производства контента.
6. Анализ ежегодного убытка из-за недостаточного внимания к охране, защите и монетизации интеллектуальной собственности в России.
7. Управление нематериальными активами.
8. Защита и потенциалы капитализации нематериальных активов.
9. Объекты интеллектуального права и их защита.
10. Инфобизнес как объект интеллектуального права.
11. Технологии создания виртуальных копий в социальных сетях.
12. Анализ понятий: авторская интерпретация, художественное заимствование и плагиат.
13. Анализ понятий: неправомерная переработка, параллельное творчество, доктрина добросовестного использования.
14. Новые цифровые инструменты в помощь креаторам.
15. Понятие «блогер», рекламное взаимодействие, защита прав, взаимный пиар.
16. Понятие пользовательского стриминга.
17. Основные принципы правового регулирования рекламной деятельности в России.
18. Социальная значимость рекламы.
19. Становление правового регулирования рекламной деятельности в России.
20. Гражданское и международное право и их роль в правовом регулировании рекламной деятельности.
21. Источники правового регулирования рекламной деятельности.
22. Понятие и классификация источников правового регулирования рекламной деятельности.
23. Региональное и муниципальное регулирование рекламной деятельности.
24. Правовое регулирование рекламы.
25. Федеральный закон «О рекламе».
26. Гражданский кодекс РФ, часть IV.
27. Федеральный закон «О защите конкуренции».
28. Федеральный закон «О защите прав потребителей».
29. Правовое регулирование отдельных способов распространения рекламы.
30. Особенности рекламы в теле- и радиопередачах.
31. Особенности рекламы в периодических печатных изданиях.
32. Особенности рекламы, распространяемой при кино- и видеообслуживании.
33. Особенности рекламы, распространяемой по сетям электросвязи.
34. Особенности наружной рекламы
35. Особенности рекламы на транспортных средствах и с их использованием.
36. Законодательное и нормативное регулирование в сфере ИТ и цифровой трансформации.
37. Правовая защита контента и дизайна веб-сайта.
38. Дизайн и контент веб-сайта как объекты авторского права.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Список источников и литературы

#### Основная:

1. Малышева, Е. Г. Методология и методы медиаисследований : учебное пособие / Е. Г. Малышева, О. С. Рогалева. - Москва : ФЛИНТА, 2022. - 148 с. - ISBN 978-5-9765-4972-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1891384>
2. Ефанов, А. А. Общество во власти медиапроцессов : монография / А.А. Ефанов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1140665. - ISBN 978-5-16-016414-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1140665>
3. Молчанова, О. И. Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере : монография / О.И. Молчанова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 241 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/monography\_5cc060198a5712.81801460. - ISBN 978-5-16-015086-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843233>
4. Реклама и PR. Смена стратегий в новую эпоху / под ред. Е. А. Карцевой. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 201 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602505>
5. Стейплс, Т. Прорваться сквозь шум: как привлечь всеобщее внимание в сети : [16+] / Т. Стейплс, Д. Янг ; Перевод с английского Н. Колесников. – Москва : Альпина Паблишер, 2020. – 256 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598252>
6. Макарова, Т. Л. Медиа технологии в реализации образовательных программ магистратуры социально-гуманитарного профиля / Т. Л. Макарова, С. Л. Макаров. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 169 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612126>
7. Музыкант, В. Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда) / В. Л. Музыкант, Д. С. Скарнев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 274 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064>
8. Комьюнити-менеджмент. Стратегия и практика выращивания лояльных сообществ / Влад Титов. - Издательские решения, 2019

#### Дополнительная:

1. Медиа технологии в условиях изменяющегося мира: тренды, проблемы, прогнозы: сборник трудов / редкол.: Е. Н. Ежова (пред.) [и др.]; ФГБОУ ВО СКФУ. – Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2020. – 207 с. Ссылка: <https://www.ncfu.ru/export/uploads/Dokumenty-Nauka/GI-19-01-2020.pdf>
2. Редакционная с. Медиа и медиа технологии в коммуникационном пространстве современного социума. *Вестник РГГУ. Серия “Политология. История. Международные отношения.”*. 2018;(2):154-165. Ссылка: <https://politicalscience.rsuh.ru/jour/article/view/212/211>
3. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О. В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-013017-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1659834>

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)  
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)  
 Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

### 6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

### 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

### 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со

специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9. Методические материалы**

### **9.1. Планы семинарских занятий**

#### **Семинар 1. Понятие «медиа право», история развития направления**

##### ***Учебные вопросы:***

1. Назовите основные этапы развития правовой культуры в области производства контента.
2. Определите круг неотъемлемых прав у человека.
3. Назовите определяющие факторы концептуализации профессии, требования к подготовке, области деятельности.
4. Проанализируйте основные направления развития современных источников определяющих, медиа права.

#### **Семинар 2. Юридическое определение видов деятельности, осуществляемых в рамках медиа проекта.**

##### ***Учебные вопросы:***

1. Докажите, почему Конституция РФ является основополагающим юридическим актом прямого действия.
2. Покажите соответствие норм российской Конституции о свободе информации документами ООН и Совета Европы: Всеобщей декларации прав человека, Международного пакта о гражданских и политических правах, Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод.
3. Определите понятие свободы массовой информации.
4. Охарактеризуйте сущность Закона РФ «О средствах массовой информации» (1991 г.): история принятия.

### **Семинар 3. Организация деятельности по защите информации.**

#### ***Учебные вопросы:***

1. Определите общие положения Закона РФ «О средствах массовой информации».
2. Проанализируйте основные направления организации деятельности средств массовой информации.
3. Раскройте сущность исследования объема аудитории.
4. Покажите направления распространения средств массовой информации.
5. Исследуйте основные права и обязанности журналиста.

### **Семинар 5. Использование авторского права.**

#### ***Учебные вопросы:***

1. Дайте понятие и определите классификацию авторских прав.
2. Раскройте сущность понятий презумпции авторства как основы для защиты авторских прав.
3. Покажите формы, способы и средства защиты авторских прав.
4. Определите ответственность за нарушение авторских прав.

### **Семинар 6. Типовые формы договоров при создании медиа продукта.**

#### ***Учебные вопросы:***

1. Покажите, что такое договор на создание медиа продукта.
2. Определите сущность договора на оказание услуг по разработке и созданию медиа продукта.
3. Покажите сущность процесса привлечения клиентов.
4. Договор авторского заказа на создание медиа продукта.
5. Раскройте сущность договора на информационно-технологическое сопровождение.
6. Покажите особенности развития глобального медийного контента.

### **Семинар 7-8 Оформление прав на медиа продукт и отдельные части медиа продукта.**

#### ***Учебные вопросы:***

1. Определите правовую природу медиа продукта.
2. Проанализируйте проблемы нормативного регулирования правоотношений в сфере медиа.
3. Покажите международные принципы создания информационного общества.

## **9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

### *Структура и содержание реферативного доклада*

Объем реферативного доклада – 7-10 стр.

*Структура доклада:*

Титульный лист (1 стр.).

Содержание (1 стр.).

Введение (1 стр.)

Основная часть (2-3 главы)



Заключение (1 стр.)

Список использованных источников и литературы (не менее 5 позиций: книг и статей).

*Во введении* доклада необходимо аргументировать актуальность выбранной темы для профессионала в области «связей с общественностью» и пояснить, почему вы выбрали именно ее.

*Основная часть* доклада состоит из двух и более частей (глав) в соответствии с составленным планом. Главы должны иметь название. Рекомендуется делать главы, равные по объему. В каждой из глав необходимо представить развернутое реферативное изложение одного из аспектов выбранной темы, а также провести сопоставление различных точек зрения на данную проблему. Во избежание плагиата на каждой странице требуется указывать постраничные ссылки на используемые источники и литературу. В конце реферативного изложения или сопоставления желательно также высказывать свое мнение по проблеме, избегая употребления личных местоимений первого лица («я» или «мы»).

*В заключении* доклада требуется сделать общий вывод по выбранной теме и охарактеризовать его значение для профессионала в области «связей с общественностью».

#### *Правила оформления реферативного доклада*

Реферативный доклад выполняется на листах белой бумаги формата А4 (стандартная бумага для принтера). Поля - сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт желательно использовать стандартный, без насечек (рекомендуется гарнитура Times New Roman), кегль 14, интервал полуторный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц внизу посередине. Они нужны везде, кроме первого (титульного) листа. Для оформления ссылок используйте функцию «сноски внизу страницы» в программе Word.

Каждый раздел работы (содержание, введение, заключение, список использованных источников и литературы, приложение) и каждую главу целесообразно начинать с новой страницы. Названия разделов («Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников и литературы», «приложение») и глав («Глава 1. Название», «Глава 2. Название») выделить жирным шрифтом, выравнивать по центру.

#### *Критерий оценки реферативного доклада:*

- всего за текущую аттестацию 15 баллов
- раскрыть в сообщении (тексте) ключевые идеи и характеристики рассматриваемой проблемы 10 баллов,
- указать источники – 2 баллов,
- формулировка выводов – 3 баллов.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

*Цель дисциплины:* формирование у слушателей комплекса знаний, навыков и компетенций в области социального медиа маркетинга и закрепление профессиональных навыков в области развития современного социального медиа рынка

*Задачи учебной дисциплины:* овладение современными научными знаниями в области обучения современным технологиям развития социального медиа маркетинга

*Знать:* юридическое определение видов деятельности, осуществляемых в рамках медиапроекта, основные нормативно-правовые основы регулирования производства контента

*Уметь:* организовать деятельность по защите информации, анализировать тенденции развития медиа рынка и выработать рекомендации по совершенствованию медиа услуг в рамках правового поля

*Владеть:* навыками оформления прав на медиа продукт и отдельные части медиа продукта, технологическими навыками использования современных медиа-ресурсов в рамках современного правового поля.