

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«**Российский государственный гуманитарный университет**»  
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ ЕВРАЗИЙСКИХ И ВОСТОЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ  
ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА  
Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

**МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

---

41.03.05 Международные отношения.

*Код и наименование направления подготовки*

---

Международные отношения Евразии (Россия и страны евразийского пространства)

*Наименование направленности (профиля)*

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2026

**Международно-правовые основы рекламных и информационных коммуникаций**  
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

старший преподаватель кафедры общественных связей, туризма и гостеприимства  
Акромов А.Р.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 17 от 23.12.2025 г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка .....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
2. Структура дисциплины .....	5
3. Содержание дисциплины.....	6
4. Образовательные технологии.....	7
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	7
5.1 Система оценивания.....	8
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине.....	9
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....	9
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	10
6.1 Список источников и литературы.....	10
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	11
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	11
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	11
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов .....	12
9. Методические материалы.....	13
9.1 Планы лабораторных занятий.....	13
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	17
9.3 Иные материалы.....	17
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины.....	19

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – Целью освоения дисциплины «Международно-правовые основы рекламных и информационных коммуникаций» является формирование у обучающихся целостного, системного и профессионально ориентированного представления о международно-правовых механизмах регулирования рекламной и информационной деятельности в условиях глобализации и цифровизации мирового коммуникационного пространства.

Освоение дисциплины направлено на развитие у студентов способности анализировать и интерпретировать нормы международного права, регулирующие процессы создания, распространения и потребления информации и рекламных сообщений, а также применять данные нормы в контексте профессиональной деятельности в сфере международных отношений.

Особое внимание уделяется формированию понимания роли международного права как инструмента обеспечения устойчивого и упорядоченного функционирования информационного пространства, развития межгосударственного взаимодействия и регулирования коммуникационных процессов с учетом национальных интересов государств и международной практики.

Задачи дисциплины:

- сформировать у обучающихся теоретическое понимание системы международного публичного права и его роли в регулировании информационных и рекламных коммуникаций;
- раскрыть содержание ключевых международных правовых актов, регулирующих сферу информационного обмена, медиатеатльности и рекламных коммуникаций, включая универсальные и региональные правовые инструменты;
- изучить институциональные механизмы международного регулирования информационной деятельности, включая деятельность международных организаций и специализированных структур;
- сформировать представление о правовых основах функционирования глобального информационного пространства, включая особенности трансграничного распространения информации и взаимодействия национальных правовых систем;
- проанализировать особенности правового регулирования рекламной деятельности на международном уровне, включая вопросы соблюдения норм добросовестной конкуренции, защиты интересов участников рынка и обеспечения достоверности информации;
- сформировать навыки правового анализа коммуникационных процессов, включая оценку соответствия информационных и рекламных материалов действующим международным нормам и стандартам;
- развить способность применять нормы международного и национального права при решении профессиональных задач в сфере международных коммуникаций, включая подготовку аналитических материалов, экспертных заключений и коммуникационных стратегий;

— обеспечить формирование у обучающихся компетенций, связанных с правовым сопровождением информационной деятельности в международной среде, с учетом особенностей межгосударственного взаимодействия и современных тенденций развития медиапространства;

— сформировать навыки работы с нормативными правовыми актами, международными документами и аналитическими материалами, необходимыми для профессиональной деятельности в сфере международных отношений;

— подготовить обучающихся к практической деятельности в области международных коммуникаций, включая участие в разработке и реализации информационных и рекламных проектов с учетом правового регулирования.

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

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
		<p><b>ЗНАТЬ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— основные категории и принципы международного публичного права, применимые к сфере информационных и рекламных коммуникаций;</li> <li>— систему международно-правовых актов, регулирующих информационное взаимодействие, медиадеятельность и рекламную деятельность на глобальном и региональном уровнях;</li> <li>— правовые основы функционирования международного информационного пространства, включая особенности трансграничного распространения информации;</li> <li>— институциональную структуру международного регулирования в сфере коммуникаций (международные организации, специализированные агентства, профессиональные объединения);</li> <li>— международные стандарты и</li> </ul>

		<p>нормы, регулирующие рекламную деятельность, включая требования к достоверности, корректности и правомерности коммуникационных сообщений;</p> <p>— соотношение международного и национального правового регулирования в сфере информационной деятельности и рекламы;</p> <p>— современные тенденции развития правового регулирования цифровых коммуникаций, включая особенности функционирования цифровых платформ и медиасреды.</p> <p><b>УМЕТЬ</b></p> <p>— анализировать международные правовые документы и применять их положения при решении профессиональных задач в сфере коммуникаций;</p> <p>— выявлять и интерпретировать правовые аспекты информационных и рекламных процессов в международной среде;</p> <p>— оценивать соответствие информационных и рекламных материалов действующим международным нормам и стандартам;</p> <p>— осуществлять правовой анализ коммуникационных стратегий с учетом международного контекста и особенностей межгосударственного взаимодействия;</p> <p>— применять нормы международного и национального права при подготовке аналитических и экспертных материалов в сфере международных коммуникаций;</p> <p>— работать с международными источниками права, нормативными</p>
--	--	---

		<p>актами и аналитическими материалами;</p> <p>— учитывать правовые ограничения и требования при разработке и реализации информационных и рекламных проектов.</p> <p><b>ВЛАДЕТЬ</b></p> <p>— навыками системного анализа международно-правового регулирования в сфере информационных и рекламных коммуникаций;</p> <p>— инструментами правовой оценки информационной и рекламной деятельности в международной среде;</p> <p>— навыками работы с международными нормативными документами и правовыми базами данных;</p> <p>— методами подготовки аналитических и экспертных заключений по вопросам правового регулирования коммуникаций;</p> <p>— навыками правового сопровождения информационных и рекламных проектов с учетом международных стандартов и требований;</p> <p>— базовыми компетенциями в области обеспечения правомерности коммуникационной деятельности в условиях глобального информационного пространства.</p>

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (*модуль*) Международно-правовые основы рекламных и информационных коммуникаций относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для прохождения практики «Производственная практика (Преддипломная практика)».

## 2. Структура дисциплины

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

### Структура дисциплины для очной 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
7	Лекции	12
7	Лабораторные занятия	30
Всего:		42

Объем дисциплины (*модуля*) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

## 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Введение в международно-правовое регулирование коммуникаций	Понятие и структура международного публичного права. Место информационных и рекламных коммуникаций в системе международных отношений. Основные принципы международного права, применимые к информационной сфере. Роль права в регулировании глобального информационного пространства.
2	Международные правовые основы информационного взаимодействия	Международно-правовые акты, регулирующие информационный обмен. Универсальные и региональные механизмы регулирования. Правовые основы распространения информации в международной среде. Особенности трансграничных информационных потоков.
3	Институциональные механизмы регулирования коммуникаций	Роль международных организаций в регулировании информационной деятельности. Нормативная и координационная деятельность международных институтов. Взаимодействие государств в сфере информационной политики.
4	Международно-правовые аспекты рекламной деятельности	Понятие и правовая природа рекламы в международной практике. Основные требования к рекламной деятельности. Принципы добросовестности, достоверности и правомерности рекламы. Особенности регулирования

		трансграничной рекламы.
5	Правовое регулирование цифровых коммуникаций	Цифровая трансформация коммуникационной среды. Правовые аспекты функционирования цифровых платформ и медиа. Регулирование информационных ресурсов в глобальной сети. Особенности правового режима цифровых коммуникаций.
6	Соотношение международного и национального права в сфере коммуникаций	Механизмы имплементации международных норм в национальное законодательство. Влияние международных стандартов на регулирование коммуникаций. Практика применения международных норм в различных правовых системах.
7	Правовое обеспечение профессиональной деятельности в сфере международных коммуникаций	Правовые аспекты подготовки и реализации информационных и рекламных проектов. Анализ правовых рисков и ограничений. Подготовка аналитических материалов с учетом международно-правовых норм. Роль правового сопровождения в профессиональной деятельности.

#### 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.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Для реализации дисциплины используются современные образовательные технологии, ориентированные на формирование практических профессиональных компетенций в области проектирования туристских продуктов с применением цифровых инструментов.

Учебный процесс строится на сочетании лекционных и лабораторных занятий, а также самостоятельной работы обучающихся. Особое внимание уделяется практической работе с цифровыми сервисами, интерактивными картографическими платформами и инструментами разработки туристских маршрутов.

В рамках дисциплины применяются следующие образовательные технологии:

- лекции с элементами визуализации и демонстрации цифровых инструментов;
- интерактивные лекции с обсуждением практических кейсов разработки туристских маршрутов;
- лабораторные занятия, направленные на практическое освоение цифровых сервисов проектирования туристских маршрутов;

- проектная работа обучающихся;
- анализ реальных туристских маршрутов и цифровых туристских продуктов;
- использование цифровых платформ и сервисов для разработки и визуализации маршрутов;
- работа в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС);
- выполнение самостоятельных практических заданий по разработке элементов цифрового туристского маршрута.

Лабораторные занятия ориентированы на формирование практических навыков анализа туристских ресурсов, проектирования структуры маршрута, использования геоинформационных технологий, создания медиасопровождения туристского продукта и разработки интерактивных цифровых туристских маршрутов.

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Введение в международно-правовое регулирование коммуникаций	Лекции, практические занятия	Вводная обзорная лекция с применением мультимедийного оборудования и визуализации структуры международного права; анализ ключевых понятий и категорий международно-правового регулирования; обсуждение роли права в глобальном информационном пространстве; подготовка к занятиям с использованием нормативных источников и рекомендованной литературы; работа в ЭИОС.
2.	Международные правовые основы информационного взаимодействия	Лекции, практические занятия	Лекция-визуализация с использованием международных правовых документов и аналитических материалов; разбор примеров регулирования информационного обмена в международной практике; выполнение практического задания по анализу международных соглашений; самостоятельная работа с правовыми базами данных и цифровыми ресурсами; работа в ЭИОС.
3.	Институциональные механизмы регулирования коммуникаций	Лекции, практические занятия	Лекция с элементами проблемного обучения и анализом деятельности международных организаций; рассмотрение институциональных механизмов регулирования коммуникаций; выполнение

			практических заданий по анализу функций международных структур; подготовка аналитических материалов на основе открытых источников; работа в ЭИОС.
4.	Международно-правовые аспекты рекламной деятельности	Лекции, практические занятия	Лекция с разбором кейсов международной рекламной практики; анализ правовых требований к рекламным сообщениям; выполнение практических заданий по оценке рекламных материалов на соответствие международным нормам; моделирование коммуникационных ситуаций; работа с цифровыми источниками информации; работа в ЭИОС.
5.	Правовое регулирование цифровых коммуникаций	Лекции, практические занятия	Лекция-визуализация с демонстрацией цифровых сервисов создания туристских маршрутов; практическая работа с интерактивными картографическими платформами; выполнение лабораторного задания по созданию интерактивного маршрута и интеграции туристской информации в цифровую карту; использование цифровых платформ публикации маршрутов; самостоятельная работа по доработке цифрового проекта; работа в ЭИОС.
6.	Соотношение международного и национального права в сфере коммуникаций	Лекции, практические занятия	Лекция-визуализация с использованием материалов по цифровой коммуникационной среде; анализ правовых аспектов функционирования цифровых платформ; выполнение практических заданий по оценке информационного контента; работа с актуальными кейсами цифровых коммуникаций; самостоятельный поиск информации; работа в ЭИОС.
	Правовое обеспечение профессиональной деятельности в сфере международных	Лекции, практические занятия	Лекция с элементами сравнительно-правового анализа; сопоставление международных и национальных норм регулирования коммуникаций;

	коммуникаций		выполнение практических заданий по анализу правовых ситуаций; подготовка аналитических выводов; работа с нормативными документами; работа в ЭИОС.
--	--------------	--	--

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
<b>- Лабораторная работа 1.</b>  Анализ международно-правовых актов, регулирующих информационные коммуникации (ООН, ЮНЕСКО и др.)	10 баллов	10 баллов
<b>- Лабораторная работа 2.</b>  Анализ международных правовых норм в сфере рекламной деятельности и их применения	10 баллов	10 баллов
<b>- Лабораторная работа 3.</b>  Оценка соответствия информационных и рекламных материалов международным правовым стандартам	10 баллов	10 баллов
<b>- Лабораторная работа 4.</b>  Анализ правовых аспектов функционирования цифровых платформ и медиасреды	15 баллов	15 баллов
<b>- Лабораторная работа 5.</b>  Подготовка и презентация аналитического отчета по правовому регулированию коммуникационного проекта	15 баллов	15 баллов
Промежуточная аттестация – экзамен		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	<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	<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>
67-50/ D,E	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 выставляется 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</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>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

#### Примерный перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию.

1. Понятие и система международного публичного права. Роль международного права в регулировании информационных и рекламных коммуникаций.
2. Основные принципы международного права и их значение для регулирования глобального информационного пространства.
3. Международно-правовые основы информационного взаимодействия между государствами.
4. Правовое регулирование трансграничного распространения информации: особенности и ключевые подходы.
5. Универсальные международные акты, регулирующие информационные и коммуникационные процессы.
6. Роль международных организаций в регулировании информационной деятельности (ООН, ЮНЕСКО и др.).
7. Институциональные механизмы международного сотрудничества в сфере коммуникаций.
8. Понятие рекламы в международной практике и ее правовая природа.
9. Основные международные требования к рекламной деятельности.
10. Принципы добросовестности, достоверности и правомерности рекламной информации.
11. Особенности правового регулирования трансграничной рекламы.
12. Международные стандарты защиты интересов участников коммуникационных процессов.
13. Соотношение международного и национального права в сфере информационных и рекламных коммуникаций.
14. Механизмы имплементации международных норм в национальные правовые системы.
15. Правовые аспекты функционирования глобального информационного пространства.
16. Особенности правового регулирования цифровых коммуникаций.
17. Роль цифровых платформ в международных коммуникациях и правовые аспекты их деятельности.
18. Международно-правовые подходы к регулированию медиасреды.
19. Правовые основы подготовки и распространения информационных материалов в международной среде.
20. Анализ правовых рисков в сфере международных коммуникаций.
21. Правовое обеспечение профессиональной деятельности в сфере международных отношений и коммуникаций.
22. Международные нормы и стандарты в области информационной деятельности.

23. Этические и правовые аспекты рекламных коммуникаций в международной практике.
24. Особенности регулирования коммуникационной деятельности в условиях цифровизации.
25. Практика применения международных правовых норм в сфере информационных коммуникаций.
26. Подходы к правовой оценке информационных и рекламных материалов.
27. Международные правовые механизмы обеспечения устойчивого функционирования информационного пространства.
28. Значение правового регулирования для развития международных коммуникаций.
29. Анализ современных тенденций развития международного регулирования информационной деятельности.
30. Роль правового сопровождения в реализации международных коммуникационных проектов.

### **Примерный перечень курсовых работ**

1. Международно-правовое регулирование информационных коммуникаций: современное состояние и перспективы развития.
2. Роль международных организаций в формировании глобального информационного пространства.
3. Международно-правовые аспекты трансграничного распространения информации.
4. Правовое регулирование рекламной деятельности в международной практике.
5. Международные стандарты и принципы добросовестной рекламы.
6. Соотношение международного и национального права в сфере информационных коммуникаций.
7. Имплементация международных правовых норм в национальные системы регулирования медиа.
8. Международно-правовые основы функционирования цифровых коммуникационных платформ.
9. Правовые аспекты регулирования цифровых коммуникаций в международной среде.
10. Международные подходы к регулированию медиасреды.
11. Правовое обеспечение информационной деятельности в условиях глобализации.
12. Международно-правовые механизмы защиты интересов участников информационных коммуникаций.
13. Особенности правового регулирования рекламных коммуникаций в цифровой среде.
14. Международные нормы и стандарты в сфере информационной деятельности.
15. Правовые риски в сфере международных коммуникаций и способы их минимизации.
16. Роль международного права в регулировании глобального информационного пространства.
17. Международно-правовые аспекты формирования информационной политики государств.
18. Этические и правовые основы рекламных коммуникаций в международной практике.
19. Правовое сопровождение международных коммуникационных проектов.
20. Анализ международно-правового регулирования информационных процессов в условиях цифровизации.
21. Международные правовые основы обеспечения устойчивого функционирования информационного пространства.
22. Правовое регулирование международных коммуникаций в современных условиях.
23. Международные стандарты в сфере рекламной деятельности и их применение.
24. Правовые аспекты взаимодействия государств в информационной сфере.
25. Современные тенденции развития международного регулирования информационных коммуникаций.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1 Список источников и литературы**

#### **Источники**

##### **Основные источники**

1. Конституция Российской Федерации : принята всенародным голосованием 12.12.1993 (ред. действующая). — Текст : электронный. — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/) (дата обращения: 16.03.2026).
2. Федеральный закон «О рекламе» : федер. закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. действующая). — Текст : электронный. — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/) (дата обращения: 16.03.2026).
3. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» : закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. действующая). — Текст : электронный. — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/) (дата обращения: 16.03.2026).
4. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» : федер. закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. действующая). — Текст : электронный. — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61798/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/) (дата обращения: 16.03.2026).
5. Федеральный закон «О связи» : федер. закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ (ред. действующая). — Текст : электронный. — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_43224/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_43224/) (дата обращения: 16.03.2026).

##### **Дополнительные источники**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) : федер. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. действующая). — Текст : электронный. — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/) (дата обращения: 16.03.2026).
2. Федеральный закон «О персональных данных» : федер. закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. действующая). — Текст : электронный. — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61801/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/) (дата обращения: 16.03.2026).
3. Федеральный закон «О защите конкуренции» : федер. закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. действующая). — Текст : электронный. — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61763/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/) (дата обращения: 16.03.2026).
4. Федеральный закон «О защите прав потребителей» : закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. действующая). — Текст : электронный. — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/) (дата обращения: 16.03.2026).
5. Официальный интернет-портал правовой информации Российской Федерации. — Текст : электронный. — URL: <http://pravo.gov.ru/> (дата обращения: 16.03.2026).

#### **Литература**

##### **Основная литература**

1. Бекашев К.А., Волосов М.Е. Международное право в схемах : учебное пособие. — Москва : Проспект, 2023. — Текст : электронный. — URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01012109474> (дата обращения: 16.03.2026).
2. Шевченко Д.А., Гундарин М.В. Основы теории и практики рекламы : учебник. — Москва : Директ-Медиа, 2023. — Текст : электронный. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705395> (дата обращения: 16.03.2026).
3. Международное право : учебник / под ред. современных российских авторов. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.ru/> (дата обращения: 16.03.2026).
4. Международные коммуникации и медиаполитика : учебные материалы. — Москва : НИУ ВШЭ, 2023. — Текст : электронный. — URL: <https://www.hse.ru/edu/courses/1048793207.html> (дата обращения: 16.03.2026).
5. Реклама и связи с общественностью в международной среде : учебно-методическое пособие. — Оренбург : ОГУ, 2023. — Текст : электронный. — URL: <https://www.osu.ru/download/mu/495433> (дата обращения: 16.03.2026).

### Дополнительная литература

1. Потребительское поведение : учебное пособие / под ред. Д.А. Шевченко. — Москва : Директ-Медиа, 2023. — Текст : электронный. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=702916> (дата обращения: 16.03.2026).
2. Международное право : учебные материалы и публикации. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.ru/> (дата обращения: 16.03.2026).
3. Электронно-библиотечная система Znanium : образовательные ресурсы. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.com> (дата обращения: 16.03.2026).
4. Научные публикации по международному праву и коммуникациям // eLIBRARY.RU. — Текст : электронный. — URL: <https://elibrary.ru/> (дата обращения: 16.03.2026).
5. Научные статьи по вопросам международных коммуникаций // CyberLeninka. — Текст : электронный. — URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 16.03.2026).

### 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>

#### Профессиональные базы данных

[https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/reestr\\_turizm/edinyy\\_federalnyy\\_reestr\\_turoperatorov/](https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/reestr_turizm/edinyy_federalnyy_reestr_turoperatorov/) Единый федеральный реестр туроператоров – официальный сайт. Электронный ресурс

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для обеспечения дисциплины (модуля) используется материально-техническая база образовательного учреждения:

Учебная аудитория для лекционных занятий: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для визуализации изучаемого материала); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

## **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 лабораторных занятий**

#### **Раздел 1. Международно-правовые основы информационных коммуникаций (4 часа)**

Цель занятия заключается в формировании у обучающихся системного понимания международно-правовых основ регулирования информационных коммуникаций, а также приобретении навыков работы с международными правовыми актами и анализа их содержания в контексте современных коммуникационных процессов.

В ходе занятия студенты знакомятся с основными источниками международного публичного права, регулирующими информационную сферу, изучают структуру и содержание ключевых международных документов, а также осваивают методы их правового анализа. Особое внимание уделяется пониманию принципов международного права и их применению к регулированию информационного обмена в условиях глобализации.

В рамках лабораторного занятия рассматриваются особенности трансграничного распространения информации, роль международных организаций в формировании правовых норм, а также современные подходы к регулированию глобального информационного пространства. Обучающиеся учатся выявлять правовые аспекты коммуникационных процессов и интерпретировать международные нормы применительно к конкретным ситуациям.

Задачи практического освоения включают формирование навыков работы с международными нормативными документами, анализа правовых положений и их применения в контексте информационных коммуникаций. Студенты учатся выделять ключевые положения международных актов, определять их значение для регулирования информационных процессов и формулировать обоснованные выводы.

#### **Лабораторная работа №1**

Анализ международных правовых актов в сфере информационных коммуникаций

Задание предполагает изучение и анализ одного или нескольких международных правовых документов, регулирующих информационное взаимодействие. Обучающимся необходимо определить структуру документа, выделить основные принципы и нормы, а также оценить их значение для регулирования информационных коммуникаций.

В процессе выполнения задания студенты осуществляют поиск и анализ правовой информации, используя официальные источники, международные базы данных и электронные ресурсы. Особое внимание уделяется корректному толкованию правовых норм и их применению к современным коммуникационным процессам.

Результатом выполнения лабораторной работы является аналитическая записка, содержащая характеристику выбранного документа, анализ его ключевых положений и выводы о его значении для регулирования информационной деятельности.

### **Указания по выполнению задания**

Обучающимся рекомендуется использовать официальные источники международного права, проводить структурный анализ документов и уделять внимание логике правового регулирования. Важно обеспечить корректность интерпретации норм и аргументированность выводов.

### **Подведение итогов занятия**

По завершении занятия проводится обсуждение результатов анализа. Оценивается глубина понимания международно-правовых норм, корректность анализа и способность применять правовые положения к коммуникационной практике.

## **Раздел 2. Международно-правовые аспекты рекламной деятельности (4 часа)**

Цель занятия заключается в формировании у обучающихся понимания международных правовых основ регулирования рекламной деятельности и развитии навыков оценки рекламных коммуникаций с точки зрения правовых норм и стандартов.

В ходе занятия студенты изучают правовую природу рекламы в международной практике, знакомятся с основными требованиями к рекламной деятельности, включая принципы достоверности, корректности и правомерности рекламной информации. Особое внимание уделяется анализу трансграничной рекламы и особенностям ее регулирования.

В рамках лабораторного занятия рассматриваются примеры рекламных коммуникаций, анализируются правовые аспекты их содержания, формы и способов распространения. Обучающиеся учатся выявлять нарушения правовых норм и оценивать рекламные материалы с точки зрения международных стандартов.

Задачи практического освоения включают формирование навыков анализа рекламных материалов, выявления правовых рисков и оценки соответствия рекламы действующим нормам. Студенты учатся применять теоретические знания в практической деятельности и формулировать обоснованные правовые заключения.

### **Лабораторная работа №2**

Правовой анализ рекламных коммуникаций в международной практике

Задание предполагает анализ конкретного рекламного материала с точки зрения соответствия международным правовым нормам. Обучающимся необходимо определить характер рекламного сообщения, выявить его ключевые элементы и провести оценку его правомерности.

В процессе выполнения задания студенты анализируют содержание рекламного сообщения, его визуальные и текстовые компоненты, а также способы распространения. Особое внимание уделяется выявлению признаков недостоверности, некорректности или нарушения правовых требований.

Результатом работы является аналитическое заключение, в котором обосновывается соответствие или несоответствие рекламного материала международным правовым нормам.

Указания по выполнению задания

Рекомендуется использовать примеры реальных рекламных коммуникаций, проводить комплексный анализ и аргументировать выводы с опорой на правовые нормы.

Подведение итогов занятия

Оценка проводится на основе качества анализа, логики аргументации и способности применять правовые знания к практическим ситуациям.

### **Раздел 3. Правовое регулирование цифровых коммуникаций (4 часа)**

Цель занятия заключается в формировании у обучающихся понимания особенностей правового регулирования цифровых коммуникаций и развитии навыков анализа правовых аспектов функционирования цифровой медиасреды.

В ходе занятия студенты изучают особенности правового регулирования коммуникаций в цифровой среде, рассматривают роль цифровых платформ и особенности распространения информации в сети Интернет. Особое внимание уделяется анализу современных тенденций развития правового регулирования цифровых коммуникаций.

В рамках лабораторного занятия рассматриваются практические кейсы цифровых коммуникаций, анализируются правовые аспекты деятельности онлайн-платформ и информационных ресурсов. Обучающиеся учатся выявлять правовые риски и оценивать цифровой контент с точки зрения действующих норм.

Задачи практического освоения включают формирование навыков анализа цифровых коммуникационных процессов, оценки правовых аспектов деятельности платформ и разработки рекомендаций по обеспечению правомерности информационной деятельности.

---

Лабораторная работа №3

#### **Анализ правовых аспектов цифровых коммуникаций**

Задание предполагает анализ конкретного кейса, связанного с цифровыми коммуникациями (деятельность платформ, распространение информации, медиаконтент). Обучающимся необходимо определить правовые аспекты рассматриваемой ситуации и дать оценку ее соответствия действующим нормам.

В процессе выполнения задания студенты анализируют особенности функционирования цифровой среды, выявляют правовые ограничения и формулируют рекомендации по соблюдению правовых требований.

Результатом работы является аналитический отчет, содержащий описание кейса, его правовой анализ и выводы.

#### **Указания по выполнению задания**

Необходимо использовать актуальные цифровые источники, проводить комплексный анализ и учитывать специфику цифровой среды.

#### **Подведение итогов занятия**

Оценивается способность обучающихся анализировать цифровые коммуникации с правовой точки зрения, выявлять риски и формулировать обоснованные выводы.

#### **Раздел 4. Соотношение международного и национального права в сфере коммуникаций (4 часа)**

Цель занятия заключается в формировании у обучающихся системного понимания взаимодействия международного и национального правового регулирования в сфере информационных и рекламных коммуникаций, а также развитии навыков анализа правовых механизмов имплементации международных норм.

В ходе занятия студенты изучают соотношение источников международного и национального права, механизмы внедрения международных норм в национальные правовые системы, а также особенности правоприменительной практики. Особое внимание уделяется вопросам адаптации международных стандартов к национальной правовой среде и обеспечению согласованности правового регулирования.

В рамках лабораторного занятия рассматриваются примеры применения международных норм в национальной практике, анализируются правовые коллизии и способы их разрешения. Обучающиеся учатся выявлять особенности правового регулирования коммуникаций в различных правовых системах и формулировать обоснованные выводы.

Задачи практического освоения включают формирование навыков сравнительно-правового анализа, работы с нормативными актами и интерпретации правовых норм в контексте международных коммуникаций.

#### **Лабораторная работа №4**

Сравнительно-правовой анализ международных и национальных норм в сфере коммуникаций

Задание предполагает сопоставление положений международного правового акта и соответствующего национального законодательства. Обучающимся необходимо выявить сходства и различия в подходах к регулированию, определить особенности имплементации международных норм и оценить их влияние на национальную практику.

В процессе выполнения задания студенты анализируют нормативные документы, выделяют ключевые правовые положения и формулируют выводы о степени их согласованности.

Результатом работы является аналитическая записка с сравнительным анализом правовых норм.

#### **Указания по выполнению задания**

Необходимо использовать официальные правовые источники, проводить системный анализ и уделять внимание логике правового регулирования.

#### **Подведение итогов занятия**

Оценивается глубина анализа, корректность сопоставления правовых норм и обоснованность выводов.

### **Раздел 5. Международные стандарты и правовое регулирование рекламной деятельности (4 часа)**

Цель занятия заключается в формировании у обучающихся понимания международных стандартов рекламной деятельности и развитии навыков их применения при анализе коммуникационных процессов.

В ходе занятия студенты изучают основные требования к рекламной деятельности, включая принципы добросовестности, достоверности и корректности, а также рассматривают особенности регулирования рекламы в международной практике.

В рамках лабораторного занятия анализируются примеры рекламных коммуникаций, выявляются правовые риски и оценивается соответствие рекламных материалов международным стандартам.

Задачи практического освоения включают формирование навыков правовой оценки рекламных сообщений, анализа их содержания и выявления нарушений правовых норм.

#### **Лабораторная работа №5**

Оценка рекламных материалов на соответствие международным стандартам

Задание предполагает анализ рекламного материала с точки зрения соблюдения правовых требований. Обучающимся необходимо провести комплексную оценку содержания рекламы и выявить возможные нарушения.

Результатом работы является аналитическое заключение с аргументированными выводами.

#### **Указания по выполнению задания**

Рекомендуется использовать реальные примеры рекламных коммуникаций и проводить комплексный анализ.

#### **Подведение итогов занятия**

Оценивается полнота анализа, логика аргументации и корректность выводов.

### **Раздел 6. Международно-правовые аспекты медиасреды и информационной политики (4 часа)**

Цель занятия заключается в формировании у обучающихся понимания международно-правовых аспектов функционирования медиасреды и информационной политики в международных отношениях.

В ходе занятия студенты изучают особенности регулирования медиасреды, анализируют подходы государств к формированию информационной политики и рассматривают роль правового регулирования в обеспечении устойчивости информационного пространства.

В рамках лабораторного занятия анализируются примеры информационной политики, оцениваются правовые аспекты деятельности медиаструктур и выявляются особенности международного взаимодействия в данной сфере.

Задачи практического освоения включают развитие навыков анализа медиасреды, выявления правовых аспектов информационной деятельности и формулирования аналитических выводов.

### **Лабораторная работа №6**

Анализ правовых аспектов медиасреды и информационной политики

Задание предполагает анализ конкретного кейса, связанного с информационной политикой или деятельностью медиаструктур. Обучающимся необходимо выявить правовые аспекты рассматриваемой ситуации и дать их оценку.

Результатом работы является аналитический отчет.

#### **Указания по выполнению задания**

Необходимо использовать актуальные информационные источники и учитывать особенности международного контекста.

Подведение итогов занятия

Оценивается способность анализировать медиасреду и формулировать обоснованные выводы.

### **Раздел 7. Правовое сопровождение международных коммуникационных проектов (4 часа)**

Цель занятия заключается в формировании у обучающихся навыков правового сопровождения информационных и рекламных проектов в международной среде.

В ходе занятия студенты изучают правовые аспекты подготовки и реализации коммуникационных проектов, рассматривают вопросы правовых рисков и способов их минимизации.

В рамках лабораторного занятия моделируются профессиональные ситуации, связанные с разработкой и реализацией коммуникационных проектов, и проводится их правовой анализ.

Задачи практического освоения включают развитие навыков подготовки аналитических материалов, оценки правовых рисков и разработки рекомендаций по обеспечению правомерности коммуникационной деятельности.

### **Лабораторная работа №7**

## Разработка правового сопровождения коммуникационного проекта

Задание предполагает разработку модели коммуникационного проекта с учетом правовых требований. Обучающимся необходимо определить правовые риски, предложить меры по их минимизации и обосновать правовую корректность проекта.

Результатом работы является аналитическая записка и презентация.

### Указания по выполнению задания

Необходимо учитывать международные правовые нормы, проводить комплексный анализ и обосновывать предлагаемые решения.

### Подведение итогов занятия

Оценивается комплексность подхода, обоснованность решений и качество представления результатов.

## 9.2 Методические рекомендации по подготовке курсовых работ

При выполнении задания курсовой работы, необходимо оформление пояснительной записки. Данный элемент работы может быть представлен как в рукописном виде, так и в форме электронного документа. Требования к электронному документу:

текст оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм)

интервал межстрочный –полуторный

цвет шрифта – черный

гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman»

кегель (размер) от 12 или 14

размеры полей страницы: правое, левое, верхнее и нижнее 20 мм

абзац: 1,25 мм

полное выравнивание по ширине.

Презентация представляется способом донесения информации о результатах выполненного задания. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Рекомендуемый объем слайдов – 15-20, включая титульный лист.

## 9.3 Иные материалы

### Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине «Международно-правовые основы рекламных и информационных коммуникаций» является неотъемлемой частью образовательного процесса и направлена на углубление, систематизацию и практическое закрепление знаний, полученных в ходе аудиторных занятий, а также на формирование у студентов устойчивых навыков аналитической, исследовательской и правоприменительной деятельности.

Специфика данной дисциплины заключается в ее междисциплинарном характере, сочетающем элементы международного публичного права, правового регулирования информационной деятельности, правовых основ рекламных коммуникаций, а также анализа современной медиасреды и цифровых трансграничных коммуникационных процессов. В связи с этим

самостоятельная работа требует от обучающихся не только воспроизведения теоретического материала, но и способности интерпретировать правовые нормы, соотносить международные стандарты с национальной правовой практикой, выявлять правовые риски и оценивать конкретные коммуникационные кейсы с позиции действующего правового регулирования.

### **Самостоятельная работа по дисциплине ориентирована на решение следующих задач:**

- углубленное освоение теоретических положений дисциплины;
- формирование устойчивых навыков работы с международными и национальными нормативными правовыми актами;
- развитие способности к самостоятельному поиску, отбору, систематизации и критической оценке информации;
- формирование навыков правового анализа информационных и рекламных коммуникаций;
- развитие умения применять положения международного и национального права при решении учебных и профессионально ориентированных задач;
- выработка навыков академического письма, аргументации и подготовки аналитических материалов.

В процессе самостоятельной работы студенту рекомендуется исходить из того, что дисциплина требует последовательного освоения нескольких взаимосвязанных блоков: теоретико-правового, нормативного, институционального, прикладного и аналитического. Соответственно, самостоятельная работа должна быть организована системно, с учетом логики изучения материала, а не эпизодически.

### **Основные формы самостоятельной работы**

К основным видам самостоятельной работы обучающихся по дисциплине относятся:

- изучение лекционного материала и его углубление на основе рекомендованной литературы;
- работа с международными правовыми актами, федеральными законами Российской Федерации и иными нормативными документами;
- изучение научных публикаций, аналитических материалов, правовых обзоров и учебных изданий;
- подготовка к лабораторным занятиям;
- выполнение аналитических заданий и правовых кейсов;
- подготовка письменных работ, кратких обзоров, аналитических записок и презентаций;
- подготовка к промежуточной аттестации.

Каждая из указанных форм требует особого подхода и должна осуществляться в определенной последовательности.

### **Рекомендации по изучению теоретического материала**

При самостоятельной проработке лекционного материала обучающемуся следует не ограничиваться механическим перечитыванием конспекта. Необходимо стремиться к осмыслению содержания каждой темы, выявлению ее ключевых понятий, категорий, правовых конструкций и логических связей между ними. Особое внимание рекомендуется уделять следующим аспектам:

- понятийному аппарату дисциплины;
- системе источников международного права и их иерархии;
- принципам международного публичного права;

- содержанию правового регулирования информационных и рекламных коммуникаций;
- соотношению международного и национального права;
- специфике цифровой среды как объекта правового регулирования.

Для эффективного усвоения теоретического материала целесообразно по каждой теме составлять краткий структурированный план, включающий основные вопросы, понятия и проблемные аспекты. Такая форма работы позволяет не только систематизировать материал, но и облегчает подготовку к лабораторным занятиям и экзамену.

В ходе изучения теоретического материала рекомендуется вести рабочие записи, фиксируя не только определения и правовые положения, но и возникающие вопросы, спорные моменты, особенности правового регулирования отдельных процессов. Это создает основу для последующей аналитической работы.

### **Рекомендации по работе с нормативными правовыми актами**

Одним из центральных направлений самостоятельной работы по дисциплине является работа с нормативными источниками. Студент должен уметь находить, читать, анализировать и интерпретировать международные и российские правовые акты, имеющие отношение к предмету дисциплины.

Работа с нормативным материалом должна строиться поэтапно.

На первом этапе необходимо установить юридическую природу документа: международный договор, декларация, конвенция, федеральный закон, подзаконный акт, рекомендательный документ международной организации и т.д.

На втором этапе следует определить предмет регулирования документа, круг регулируемых общественных отношений и его место в системе правового регулирования.

На третьем этапе необходимо выделить ключевые нормы, относящиеся к сфере информационных и рекламных коммуникаций, обратить внимание на термины, правовые механизмы, ограничения, права и обязанности субъектов.

На четвертом этапе рекомендуется сопоставить положения одного документа с другими актами, выявить общие подходы и особенности правового регулирования.

Особенно важно, чтобы работа с правовыми источниками не носила исключительно описательный характер. Студенту необходимо стремиться к правовому анализу документа, то есть к выявлению его значения, сферы действия, практической применимости и потенциальных правовых последствий.

При работе с нормативными актами рекомендуется использовать официальные правовые ресурсы, тексты в актуальной редакции, а также проверять дату обращения к источнику.

### **Рекомендации по работе с научной и учебной литературой**

Изучение научной и учебной литературы должно дополнять и углублять лекционный материал. В процессе самостоятельной работы обучающемуся рекомендуется использовать литературу не только как источник готовых формулировок, но и как средство понимания различных научных подходов к проблемам международного регулирования коммуникаций.

**При работе с литературой целесообразно:**

- выделять основные тезисы автора;
- определять, какие вопросы раскрываются наиболее полно;
- соотносить выводы автора с положениями нормативных актов;
- сопоставлять различные точки зрения;
- фиксировать выводы, которые могут быть использованы в ответах на занятиях, при выполнении лабораторных работ и подготовке к экзамену.

Наибольшую ценность для самостоятельной работы представляют издания, позволяющие одновременно осваивать теоретические основы дисциплины и видеть их практическое приложение.

При изучении научных статей рекомендуется обращать внимание не только на содержание, но и на научную логику текста: постановку проблемы, методологию, аргументацию, выводы. Это способствует развитию академического и профессионального мышления.

**Рекомендации по подготовке к лабораторным занятиям**

Подготовка к лабораторным занятиям должна носить опережающий характер. Это означает, что студенту следует заранее ознакомиться с темой соответствующего занятия, изучить лекционный материал, нормативные акты и рекомендованную литературу, а также подготовить необходимые материалы для выполнения практических заданий.

**При подготовке к лабораторному занятию рекомендуется:**

- определить цель и содержание предстоящего задания;
- повторить базовые теоретические положения по теме;
- изучить нормативные документы, которые подлежат анализу;
- ознакомиться с примерами практических ситуаций, связанных с темой;
- подготовить тезисы, таблицы, схемы или краткие аналитические записи, которые помогут при выполнении задания.

Поскольку лабораторные занятия по данной дисциплине носят аналитико-прикладной характер, студенту важно не просто знать материал, но и быть готовым к его применению. Например, если занятие связано с анализом правовых аспектов рекламной деятельности, необходимо заранее изучить нормативные требования к рекламе, определить критерии ее правовой оценки и подготовить примеры рекламных материалов для анализа.

Приложение 1. Аннотация  
рабочей программы дисциплины

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ  
«РАЗРАБОТКА ЦИФРОВОГО ТУРИСТСКОГО МАРШРУТА»**

Цель дисциплины – Целью освоения дисциплины «Международно-правовые основы рекламных и информационных коммуникаций» является формирование у обучающихся целостного, системного и профессионально ориентированного представления о международно-

правовых механизмах регулирования рекламной и информационной деятельности в условиях глобализации и цифровизации мирового коммуникационного пространства.

Освоение дисциплины направлено на развитие у студентов способности анализировать и интерпретировать нормы международного права, регулирующие процессы создания, распространения и потребления информации и рекламных сообщений, а также применять данные нормы в контексте профессиональной деятельности в сфере международных отношений.

Особое внимание уделяется формированию понимания роли международного права как инструмента обеспечения устойчивого и упорядоченного функционирования информационного пространства, развития межгосударственного взаимодействия и регулирования коммуникационных процессов с учетом национальных интересов государств и международной практики.

Задачи дисциплины:

- сформировать у обучающихся теоретическое понимание системы международного публичного права и его роли в регулировании информационных и рекламных коммуникаций;
- раскрыть содержание ключевых международных правовых актов, регулирующих сферу информационного обмена, медиатеатльности и рекламных коммуникаций, включая универсальные и региональные правовые инструменты;
- изучить институциональные механизмы международного регулирования информационной деятельности, включая деятельность международных организаций и специализированных структур;
- сформировать представление о правовых основах функционирования глобального информационного пространства, включая особенности трансграничного распространения информации и взаимодействия национальных правовых систем;
- проанализировать особенности правового регулирования рекламной деятельности на международном уровне, включая вопросы соблюдения норм добросовестной конкуренции, защиты интересов участников рынка и обеспечения достоверности информации;
- сформировать навыки правового анализа коммуникационных процессов, включая оценку соответствия информационных и рекламных материалов действующим международным нормам и стандартам;
- развить способность применять нормы международного и национального права при решении профессиональных задач в сфере международных коммуникаций, включая подготовку аналитических материалов, экспертных заключений и коммуникационных стратегий;
- обеспечить формирование у обучающихся компетенций, связанных с правовым сопровождением информационной деятельности в международной среде, с учетом особенностей межгосударственного взаимодействия и современных тенденций развития медиапространства;
- сформировать навыки работы с нормативными правовыми актами, международными документами и аналитическими материалами, необходимыми для профессиональной деятельности в сфере международных отношений;

— подготовить обучающихся к практической деятельности в области международных коммуникаций, включая участие в разработке и реализации информационных и рекламных проектов с учетом правового регулирования.

**Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:**

**Знать:**

— теоретико-правовые основы международного публичного права и его роль в регулировании информационных и рекламных коммуникаций в системе международных отношений;

— систему источников международного права, включая международные договоры, акты международных организаций и иные формы правового регулирования коммуникационной деятельности;

— ключевые международные правовые принципы, применимые к сфере информационного взаимодействия, включая принципы суверенитета, невмешательства, сотрудничества и соблюдения обязательств;

— содержание международных и национальных нормативных актов, регулирующих информационные процессы, медиадеятельность и рекламные коммуникации;

— правовые основы трансграничного распространения информации и функционирования глобального информационного пространства;

— международные стандарты регулирования рекламной деятельности, включая требования к достоверности, корректности и правомерности коммуникационных сообщений;

— особенности правового регулирования цифровых коммуникаций и функционирования современных медиаплатформ;

— механизмы взаимодействия международного и национального права в сфере коммуникаций и способы имплементации международных норм;

— современные тенденции развития правового регулирования информационной деятельности в условиях цифровизации и глобализации.

**Уметь:**

— анализировать международные и национальные нормативные правовые акты в сфере информационных и рекламных коммуникаций, выявлять их содержание и значение для практической деятельности;

— осуществлять правовую оценку информационных и рекламных материалов с учетом действующих международных стандартов и национального законодательства;

— выявлять правовые аспекты и ограничения в процессе разработки и реализации коммуникационных стратегий;

— применять нормы международного и национального права при решении профессиональных задач в сфере международных отношений и коммуникаций;

- проводить сравнительно-правовой анализ различных моделей регулирования коммуникационной деятельности;
- интерпретировать правовые положения и адаптировать их к конкретным практическим ситуациям;
- выявлять и анализировать правовые риски, связанные с трансграничными коммуникациями и цифровой средой;
- формулировать обоснованные правовые выводы и рекомендации в сфере информационной и рекламной деятельности.

**Владеть:**

- навыками системного правового анализа международного регулирования информационных и рекламных коммуникаций;
- инструментами работы с международными и национальными правовыми базами данных, нормативными документами и аналитическими источниками;
- методами правовой оценки коммуникационных процессов и информационных материалов;
- навыками подготовки аналитических записок, экспертных заключений и иных профессиональных документов;
- практическими компетенциями в области правового сопровождения коммуникационных проектов в международной среде;
- навыками выявления, оценки и минимизации правовых рисков в сфере информационных и рекламных коммуникаций;
- основами правового моделирования коммуникационных процессов с учетом международных норм и требований.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

По дисциплине (модулю) предусмотрена промежуточная аттестация в форме **зачета**.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет **3 зачетных единиц**.