

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
О. Б. Жильцов
« 01 » 11 2019 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Правові та етичні основи реклами і PR:

Правові основи реклами і PR:

для студентів

Спеціальності	061 Журналістика
Освітнього рівня	першого (бакалаврського)
Освітньої програми	«Реклама і зв'язки з громадськістю»

2019



Розробник:

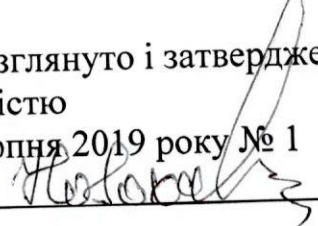
Галицький Ігор Володимирович, кандидат юридичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка;

Викладач:

Галицький Ігор Володимирович, кандидат юридичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка;

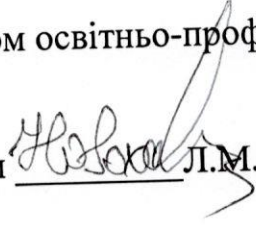
Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від 29 серпня 2019 року № 1

Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю

_____ 2019 року

Гарант освітньо-професійної програми  Л. М. Новохатько

Робочу програму перевірено

_____ 2019 р.

Заступник директора Інституту журналістики з науково-методичної та навчальної роботи _____

 О. А. Росінська

Пролонговано

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__20__ р., протокол № _____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	2/60	-
Курс	2	-
Семестр	3	-
Кількість змістових модулів з розподілом	2	-
Обсяг кредитів	2	-
Обсяг годин, в тому числі:	60	-
Аудиторні	28	-
Модульний контроль	4	-
Семестровий контроль	15	-
Самостійна робота	13	-
Форма семестрового контролю	частина комплексного іспиту	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета - ознайомлення з базовими положеннями сучасного українського законодавства та особливостями застосування профільних нормативно-правових актів.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

- розвивати *інтегральну компетентність*;
- розвивати *загальні компетентності* такі, як:
 - ЗК-5 Самоосвітня. Здатність розвивати й підтримувати на якісному рівні професійну діяльність. Здатність до самостійної пізнавальної діяльності, самоорганізації та саморозвитку. Спрямованість на розкриття особистісного потенціалу та самореалізацію. Прагнення до особистісно-професійного лідерства та успіху
 - ЗК-7 Міжособистісна взаємодія. Готовність та здатність виконувати проекти у складі групи, брати на себе відповідальність за виконання спільних робіт.
- *фахові компетентності спеціалізації*:
 - ФК-1 Когнітивно-професійна. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності. Здатність оцінювати отримані знання з погляду можливості їх застосування у професійній діяльності. Здатність до мультизадачності, комплексного вирішення складних багатоаспектних завдань.

ФК-3 Комуникативна. Здатність до письмової та усної комунікації рідною мовою; культура мовлення. Готовність до професійного спілкування іноземною мовою. Здатність працювати в команді. Здатність до пояснення й переконання. Сформованість власного стилю спілкування. Вільне оперування засобами невербальної комунікації (знакові системи, зовнішність, міміка, жести, манера поведінки тощо). Культура мовлення, комунікабельність, толерантність, артистичність.

Здатність до публічної діяльності. Уміння застосовувати технології формування громадської думки. Уміння розпізнавати та попереджати маніпулятивні технології.

3. Результати навчання за дисципліною

- знання структури сучасної правової системи України та профільного українського законодавства (реклама та зв'язки з громадськістю);
- оволодіння головним термінологічним апаратом в галузі права реклами, PR та медіакомунікацій;
- здатність до аналізу ситуацій та вмінням застосовувати відповідні юридичні норми при вирішенні конкретних ситуацій в галузі реклами, PR та медіакомунікацій.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Самостійна	Модульний контроль	Підсумковий
Змістовий модуль I.									
СУЧАСНІ ПРАВОВІ СИСТЕМИ В ФОРМАТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ									
1	Світова практика правового забезпечення в галузі реклами та зв'язків з громадськістю	6	4	2		2	2		
2	Структура та специфіка правового поля України	6	4	2		2	2		
	Модульна контрольна робота №1	2						2	
	Разом	14	14	4		4	4	2	
Змістовий модуль II.									
ПРАВОВЕ ПОЛЕ СУЧАСНОЇ ПРАКТИКИ РЕКЛАМИ ТА PR В УКРАЇНІ									
3	Базова структура системи правового забезпечення соціальних комунікаційних процесів в Україні	6	4	4			2		
4	Юридичне забезпечення рекламної практики в Україні	12	8	2	2	4	4		
5	Правове забезпечення практики зв'язків з громадськістю в Україні	11	8	2	2	4	3		
	Модульна контрольні робота №2	2						2	
	Разом	31		8	4	8	9	2	
	Іспит	15							15
	Разом за навчальним планом	60	28	12	4	12	13	4	15

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль I.

СУЧАСНІ ПРАВОВІ СИСТЕМИ В ФОРМАТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ

Тема 1. Світова практика правового забезпечення в галузі реклами та зв'язків з громадськістю

Історія розвитку та становлення правового регулювання людської діяльності. Структура та базові принципи кодифікованої правової системи. Базові основи та

принципи прецедентної системи. Основи сучасного права європейських країн. Правова система країн Америки та Азії.

Тема 2. Структура та специфіка правового поля України

Три рівні правової системи в Україні. Гілки влади в українському суспільстві. Профільні статті в галузі реклами та зв'язків з громадськістю у Конституції України. Закони України парафійовані міжнародні нормативно-правові акти в галузі реклами та зв'язків з громадськістю. Підзаконні акти в галузі реклами та зв'язків з громадськістю.

Змістовий модуль 2. **ПРАВОВЕ ПОЛЕ СУЧАСНОЇ ПРАКТИКИ РЕКЛАМИ ТА PR В УКРАЇНІ**

Тема 3. Базова структура системи правового забезпечення соціальних комунікаційних процесів в Україні

Структура та базові складові сучасного профільного правового поля. Рівні та складові частини бази профільних нормативно-правових актів. Правовий консалтинг в сучасній українській рекламі. Консалтингова практика в сфері зв'язків з громадськістю.

Тема 4. Юридичне забезпечення рекламної практики в Україні

Закон України «Про рекламу»: структура та базові положення. Специфіка та особливості Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні». Закон України «Про телебачення та радіомовлення»: структура та загальна характеристика.

Тема 5. Правове забезпечення практики зв'язків з громадськістю в Україні

Інформаційна діяльність, як офіційне визначення практики зв'язків з громадськістю в сучасному правовому полі України. Закон України «Про інформацію»: структура та загальна характеристика. Структура та базові положення Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування». Закон України «Про інформаційні агенції»: базові положення та змістовна характеристика.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	4	4
Відвідування семінарських занять	1	2	2	4	4
Відвідування практичних занять	1	-	-	2	2
Робота на семінарському занятті	10	2	20	4	40
Робота на практичному занятті	10	-	-	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>					
Максимальна кількість балів	184		59		110
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $169:60=2,82$ Студент набрав: 153 бали Оцінка: $153:2,82 = 54$ бали				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль I.

Тема 1-2. СУЧАСНІ ПРАВОВІ СИСТЕМИ В ФОРМАТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ – 14 год.

1. Скласти хронологічну таблицю ключових етапів розвитку правових норм в форматі розвитку людського суспільства.
2. Оцінити переваги та недоліки європейських національних правових моделей.

Змістовий модуль II.

Теми 3-5. ПРАВОВЕ ПОЛЕ СУЧАСНОЇ ПРАКТИКИ РЕКЛАМИ ТА PR В УКРАЇНІ – 14 год.

1. Скласти перелік базових нормативно-правових актів в рекламній галузі України.
2. Сформулювати пакет нормативно-правових актів в сфері інформаційної діяльності України.
3. Підготувати пакети нормативно-правових актів з питання застосування соціальної реклами.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Передбачає використання набутих теоретичних знань та практичних навичок: відповіді на запитання, розв'язання ситуаційних завдань. Всього в роботі два теоретичних і одне практичне завдання. Оцінка за 1 теоретичне – 5 балів, 2 теоретичне – 10, практичне – 15 балів. Всього 25 балів за модульну контрольну роботу. Написання обов'язкове. Кількість – 2 роботи.

Відповідність таким критеріям: відповідність змісту; повнота і ґрунтовність викладу; доказовість і логічність викладу; термінологічна коректність; здатність до обґрунтування висновків; володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумкове оцінювання знань студентів з модуля «Реклама і PR у шоу-бізнесі та кіноіндустрії» відбувається у межах комплексного іспиту (одне питання)

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Європейська правова система (кодифікована система).
2. Американська правова система (прецедентне право).
3. Сучасна правова система в Україні.
4. Державні установи, що здійснюють контроль координують функціонування правової сфери.
5. Специфіка та характер правовідносин в сучасному українському суспільстві.
6. Інформаційне законодавство України.
7. Закон України «Про рекламу».
8. Нормативно-правова база в громадсько-політичній сфері.
9. Нормативно-правові акти регулюючі інформаційну політику державних установ.
10. Регулятивне законодавство PR та реклами в сфері бізнесу.
11. Особливості юридичного супроводження рекламних та PR-проектів в кодифікованій правовій системі (європейська модель).
12. Специфіка правового забезпечення рекламних та PR-проектів в прецедентній юридичній системі (американська модель).
13. Правові основи сучасного рекламного бізнесу.
14. Правові аспекти реалізації PR заходів в сфері бізнесу.
15. Рекламно-інформаційна діяльність органів державної влади.
16. Нормативно-правова база з питань регулювання рекламно-інформаційної діяльності органів державної влади.
17. Правове поле діяльності громадських організацій в Україні.
18. Юридичне супроводження в реалізації громадських проектів.
19. Соціальна реклама в системі вітчизняного правового поля.
20. Рекламні та PR-кампанії в системі українського законодавства
21. Інтелектуальна власність та її становлення.
22. Поняття права інтелектуальної власності.
23. Сутність права інтелектуальної власності.

- 24.Поняття законодавства про інтелектуальну власність, його система й спрямованість.
- 25.Види міжнародно-правових актів про інтелектуальну власність.
- 26.Промислові зразки як об'єкти промислової власності: поняття, об'єкти.
- 27.Знаки для товарів і послуг як об'єкти промислової власності.
- 28.Правове положення патентознавців. Вимоги щодо патентних повірених. Атестація патентних повірених. Повноваження повірених у справах інтелектуальної власності.
- 29.Асоціації патентних повірених. Підстави і порядок втрати атестації патентного повіреного.
- 30.Агенти з товарних знаків, їх правове положення.
- 31.Поняття авторського права, сфера його дії.
- 32.Об'єкти, що охороняються авторським правом.
- 33.Виникнення і здійснення авторського права.
- 34.Похідний твір, його правове значення.
- 35.Авторське право й право власності на носія авторських прав.
- 36.Особисті немайнові права автора.
- 37.Майнові права автора. Майнові права володільця.
- 38.Вільне використання твору.
- 39.Авторське право на аудіовізуальний твір.
- 40.Строки охорони авторських прав. Перехід авторських прав. Передача (уступка) авторського права.
- 41.Авторські ліцензійні договори: поняття, характеристика та види. Сторони ліцензійного договору та, правове положення.
- 42.Поняття, зміст і порядок укладання авторських договорів.
- 43.Поняття і сутність суміжних прав. Види суміжних прав.
- 44.Права виконавців, їх зміст.
- 45.Права виробників фонограм, їх зміст.
- 46.Права організацій мовлення.
- 47.Правила торгівлі екземплярами аудіовізуальних творів.
- 48.Засоби охорони авторських і суміжних прав. Способи захисту авторських і суміжних прав.
- 49.Колективне управління авторськими й суміжними правами.
- 50.Поняття патентного права. Відмінність винахідницького права від патентного права.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100 балів	Відмінно — відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з, можливими, незначними недоліками
B	82-89 балів	Дуже добре — достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок

C	75-81 балів	Добре — в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74 балів	Задовільно — посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
E	60-68 балів	Достатньо — мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання — незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу — досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

7. Рекомендовані джерела

1. «Конституція України» від 28 червня 1996 р.
2. «Цивільний кодекс України» від 16 січня 2003 р. №435-IV
3. «Кримінальний кодекс України» від 5 квітня 2001 р. №2341-111
4. «Кодекс України про адміністративні правопорушення» від 7 грудня 1984 р. 8073-X
5. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96 р. № 270/96 ВР
6. Закон України «Про інформацію» від 02.10.92 р. №2657-XII
7. Закон України «Про друковані засоби масової інформації в Україні» від 16.11.92 р. №2782-XII
8. Закон України «Про телебачення та радіомовлення» від 21.12.93 №3759-XII
9. Закон України «Про інформаційні агенції» від 28 лютого 1995 р. № 74/95-ВР

10. Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів влади та органи місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» від 23 вересня 1997 р. №539/97-ВР
11. Басова И. Рекламные мероприятия: организация и учет. – Х.: Фактор, 2008. – 544 с.
12. Журавський В.С. Державне будівництво та місцеве амоврядування в Україні / В.С. Журавський, В.О. Серьогін, О.Н. Ярмиш. – К.: «Ін Юре», 2003. – 672 с.
13. Журавський В.С. Україна на шляху до інформаційного суспільства / В.С. Журавський, М.К. Родіонов, І.Б. Жилаєв. – К.: Політехніка, 2004. – 484 с.
14. Ерышев А.А. История политических и правовых учений: учебное пособие / А.А. Ерышев. – К.: МАУП, 2002. – 152 с.
15. Інформаційне законодавство країн Європи і Азії / [упорядник Ю.С. Шемшученко, І.С. Чиж]. – К.: ТОВ „Видавництво „Юридична думка”, 2005. – 384 с.
16. Інформаційне законодавство України / [упорядники Ю.С. Шемшученко, І.С. Чиж]. – К.: ТОВ „Видавництво „Юридична думка”, 2005. – 414 с.
17. Міжнародно-правові акти в інформаційній сфері / [упорядн. Ю.В. Пасічник]. – К.: ТОВ „Видавництво „Юридична думка”, 2005. – 328 с.
18. Міжнародні угоди України / [упорядн. Ю.В. Пасічник]. – К.: ТОВ „Видавництво „Юридична думка”, 2005. – 160 с.
19. Правове забезпечення інформаційної діяльності в Україні / за заг. ред. Ю.С. Шемшученко, І.С. Чижа. – К.: Юридична думка, 2006. – 384 с.
20. Словничок юридичних термінів: навчальний посібник / уклад. В.П. Марчук. – К.: МАУП. – 128 с.

IV. Навчально-методична карта дисципліни "ПРАВО В ГАЛУЗІ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ"

Разом: 60 год., лекції – 14 год., семінарські заняття – 14 год., мк – 4 год., самостійна робота – 28 год., екзамен

Модулі	Змістовий модуль I	Змістовий модуль II
Назва модуля	Сучасні правові системи в форматі розвитку соціальних комунікативних процесів	Правове поле сучасної практики реклами та PR в Україні
Кількість балів за модуль	59 балів	110 балів
Лекції	36	56

Підсумковий контроль	Види поточного контролю	Самостійна робота	Практичні заняття	Теми семінарських занять	Теми лекцій
	Модульна контрольна робота (25 балів)	5		Світові моделі правових систем 11б.	Світова практика правового забезпечення в галузі реклами та зв'язків з громадськістю 1 б.
		5		Українська національна правова модель 11б.	Структура та специфіка правового поля України 1 б.
	Модульна контрольна робота (25 балів)	5		Правове регулювання рекламних та PR-процесів 11б.	Базова структура системи правового забезпечення соціальних комунікаційних процесів в Україні 2 б.
		5		Інструменти та засоби правового регулювання ринку реклами в Україні 11б.	Юридичне забезпечення рекламної практики в Україні 1 б.
		5	Юридичне забезпечення рекламної практики в Україні 11 б.	Правове регулювання інформаційної діяльності в Україні 11б.	
			Правове забезпечення практики зв'язків з громадськістю в Україні 11 б.	Специфіка та перспективи трансформації практики супроводження комунікаційних	Правове забезпечення практики зв'язків з громадськістю в Україні 1 б.
Усього 169 балів					