

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 » 02 2021 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

061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Київ - 2021

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма 0332/21

(підпис) (прізвище, ініціал)
« 01 » 02 2021 р.

Розробник:

Чомахашвілі Олена Шотаєвна, кандидат юридичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка;

Викладач:

Чомахашвілі Олена Шотаєвна, 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 27 серпня 2021 року № 1

Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько

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

_____ 2021 року

Гарант освітньо-професійної програми  М.М.Нетреба

Робочу програму перевірено

_____ 2021 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	іспит	-

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*: здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов
- 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 Комунікативна. 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.

Фахові компетентності формуються у Центрі сучасних комунікацій Інституту журналістики Університету Грінченка.

3. Результати навчання за дисципліною

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких *програмних результатів за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», освітнього рівня першого «бакалаврського»:*

ПРН-5 Демонструвати готовність до навчання впродовж життя, здатність до самоосвіти і саморозвитку.

ПРН-7 Демонструвати спроможність ефективно працювати в команді. Координувати виконання завдання із завданнями колег.

ПРН-8 Демонструвати когнітивну гнучкість та адаптацію при взаємодії з іншими, здатність до мультизадачності, комплексного вирішення складних багатоаспектних завдань.

ПРН-10 Використовувати державну мову у професійній діяльності. Використовувати іноземну мову у професійній діяльності. Застосовувати технології формування громадської думки, розпізнавати та попереджати маніпулятивні технології, формувати власний стиль спілкування і публічних виступів. Демонструвати високий стиль культури мовлення, комунікабельність, толерантність. Застосувати технології ведення ефективних переговорів в галузі реклами та PR.

По завершенню навчальної дисципліни студент повинен:

- знати структуру сучасної правової системи України та профільного українського законодавства (реклама та зв'язки з громадськістю);
- володіти головним термінологічним апаратом в галузі права реклами, PR та медіакомунікацій;
- аналізувати ситуації та вміти 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	Семинарських	Самостійна	Модульний контроль	Підсумковий	
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	
	Разом	14	14	4		4	4	2		
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 контрольна робота №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

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.

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	169		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

Модуль I.

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

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

Модуль II.

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

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

Критерії оцінювання 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.

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.

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.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумкове оцінювання знань студентів зі змістового модуля «Правові основи реклами і PR» відбувається у межах іспиту з навчальної дисципліни «Правові та етичні основи рекламної та PR-діяльності»

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Охарактеризуйте європейську правову систему (кодифікована система).
2. Визначте особливості американської правової системи (прецедентне право).
3. Надайте коротку характеристику сучасної правової системи 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 ПР та реклами в сфері бізнесу.
11. Особливості юридичного супроводження рекламних та ПР-проектів в кодифікованій правовій системі (європейська модель).
12. Специфіка правового забезпечення рекламних та ПР-проектів в прецедентній юридичній системі (американська модель).
13. Правові основи сучасного рекламного бізнесу.
14. Правові аспекти реалізації ПР 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 проєктів.
19. Соціальна реклама в системі вітчизняного правового поля.
20. Рекламні та ПР-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

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре Добре	82-89 75-81
Задовільно Достатньо	69-74 60-68
Незадовільно	0-59

7. Рекомендовані джерела

Основна

1. Конституція України : прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 черв. 1996 р. *Відом. Верхов. Ради України*. 1996. № 30. Ст. 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 21.08.2020).
2. Про рекламу: Закон України від 03.07.96 р. № 270/96. *Відом. Верхов. Ради України*. 1996. № 39. ст. 181. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>. (дата звернення: 21.08.2020).
3. Про інформацію: Закон України від 02.10.92 р. №2657-ХІІ *Відом. Верхов. Ради України*. 1996. № 48. ст. 650. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 18.08.2020).
4. Про друковані засоби масової інформації в Україні: Закон України від 16.11.92 р. №2782-ХІІ. *Відом. Верхов. Ради України*. 1993. № 1. ст. 1. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text> (дата звернення: 18.08.2020).
5. Про телебачення та радіомовлення: Закон України від 21.12.93 №3759-ХІІ. *Відом. Верхов. Ради України*. 1994. № 10. ст. 43. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text> (дата звернення: 18.08.2020).
6. Про інформаційні агенції: Закон України від 28 лютого 1995 р. № 74/95-ВР. *Відом. Верхов. Ради України*. 1995. № 13. ст. 83. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 17.08.2020).

7. Журавський В.С., Серьогін В.О., Ярмиш О.Н. Державне будівництво та місцеве самоврядування в Україні. Київ : «Ін Юре», 2003. 672 с.
8. Інформаційне законодавство України / упоряд. Ю.С. Шемшученко, І.С. Чиж. Київ : ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2005. 414 с.
9. Міжнародно-правові акти в інформаційній сфері / упоряд. Ю.В. Пасічник. Київ : ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2005. 328 с.
10. Правове забезпечення інформаційної діяльності в Україні / заг. ред. Ю.С. Шемшученко, І.С. Чижа. Київ : Юридична думка, 2006. 384 с.

Додаткова

1. Драч І.Є. Нормативно-правові аспекти використання інтелектуальної власності в рекламі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: юридичні науки.* 2019. Т. 30 (69). № 2. С. 45 – 49. URL: [file:///C:/Users/admin/Downloads/UZTNU_law_2019_30\(69\)_2_9.pdf](file:///C:/Users/admin/Downloads/UZTNU_law_2019_30(69)_2_9.pdf) (дата звернення: 15.08.2020).
2. Журавський В.С. Україна на шляху до інформаційного суспільства. Київ : Політехніка, 2004. 484 с.
3. Інформаційне законодавство країн Європи і Азії / Ю.С. Шемшученко, І.С. Чиж. Київ : ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2005. 384 с.
4. Марченко О.В. Становлення та розвиток реклами на території України: історико-правові аспекти. Митна справа. 2015. Ч. 2. Кн. 1. № 2 (97). С. 61 – 66. URL: [file:///C:/Users/admin/Downloads/Ms_2015_1\(2.1\)_12.pdf](file:///C:/Users/admin/Downloads/Ms_2015_1(2.1)_12.pdf) (дата звернення 15.08.2020).
5. Міжнародні угоди України / Ю.В. Пасічник. Київ : ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2005. 160 с.
6. Словничок юридичних термінів: навчальний посібник / уклад. В.П. Марчук. Київ : МАУП. 128 с.

7. Навчально-методична карта дисципліни

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 бали
Лекції	36	56

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