|  |  |
| --- | --- |
| 04_b | **Силабус навчальної дисципліни****«Право в галузі реклами та зв’язків з громадськістю »****Освітньо-професійної програми «Реклама і зв’язки з громадськістю»** **Галузь знань: 06 «Журналістика»** **Спеціальність: 061 «Журналістика»** |
| **Рівень вищої освіти**(перший (бакалаврський),  | Перший (бакалаврський) |
| **Статус дисципліни** | Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП |
| **Курс** | 2 (другий) |
| **Семестр** | 3 (третий) |
| **Обсяг дисципліни,** **кредити ЄКТС/години** | 4 кредити / 120 годин |
| **Мова викладання** | українська |
| **Що буде вивчатися (предмет вивчення)** | Ключові положення джерел національного та міжнародно правового регулювання рекламної та PR-діяльності. Ключові компоненти правовідносин у сфері рекламної діяльності: зміст, предмет регулювання, учасники, їх права та обов’язки. Поняття та види реклами. Співвідношення етичних норм журналістики та рекламної діяльності. Основні напрямки законодавчого регулювання реклами: у ЗМІ, деяких видів товару (ліки, тютюнові та алкогольні вироби, зброї, цінних паперів та послуг із залученням коштів населення, послуг працевлаштування), реклама для дітей. Види правопорушень законодавства у галузі реклами та правова відповідальність за них.Поняття та види PR діяльності. Ссновні поняттям системи PR: громадська думка, PR-комунікації, PR-кампанія, громадськість, цільова аудиторія. Національні особливості ПР-діяльності. Моделі та засоби PR-кампаній. Основи інформаційного законодавства країн світу та України щодо сфери зв’язків з громадськістю.Міжнародно-правові джерела регулювання діяльності у сфері зв’язків з громадськістю. Кодекс професійної поведінки та етики Міжнародної асоціації PR (IПЗА). Афінський кодекс. Кодекс професійної поведінки Інституту PR (Лісабонський кодекс). Кодекс професійної етики українського журналіста. Правове регулювання суспільного мовлення: стандарти ЄС, Ради Європи та досвід країн – членів Євросоюзу. Інформаційне законодавство України. Правові засади регулювання інформаційної діяльності в Україні. ЗУ «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні. Правові норми аудіовізуальних ЗМІ.  |
| **Чому це цікаво/треба вивчати (мета)** | **Метою** викладання дисципліни є ознайомлення студентів з основами правового регулювання рекламної діяльності та PR; формування в них, необхідних у професійної діяльності, знань у сфері рекламного та інформаційного законодавства України та міжнародного права.  |
| **Чому можна навчитися (результати навчання)** | * знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
* знати основні поняття, терміни та норми міжнародно-правового та національного законодавства у сфері інформаційної діяльності.
* засвоєння основних положень правового регулювання рекламної діяльності;
* засвоєння основних положень правового регулювання діяльності зі зв’язків з громадськістю.
 |
| **Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)** | У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних компетентностей:* здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях
* здатність бути критичним і самокритичним
* здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
* навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
* здатність використовувати базові категорії та новітні теорії, концепції, технології і методи у сфері реклами та піару з урахуванням їх основних форм, застосовувати теоретичні знання щодо функціонування та розвитку комунікаційних технологій.
* вміти аналізувати законодавчу базу України в контексті рекламної та інформаційної діяльності;
* застосовувати теоретичні знання та практичні навички у практичній роботі з метою запобігання порушень норм законодавства в процесі рекламної та PR діяльності
* вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електрону комунікацію, українською мовою..
 |
| **Навчальна логістика** | **Зміст дисципліни:** Вступ у дисципліну. Загальна характеристика, основні поняття та джерела права в галузі реклами. Види і засоби реклами. Рекламодавець, рекламне агентство, рекламна кампанія. Етапи ефективності рекламних комунікацій. Законодавче регулювання реклами у ЗМІ. Особливості рекламування деяких видів товару. Товари, що належать до режиму особливого режиму правового регулювання. Особливий режим правового регулювання реклами окремих товарів у західних державах. ЗУ «Про рекламу» про законодавчі обмеження деяких видів продукції. Мета обмежень. Заборони відносно реклами лікарських засобів. Проблеми законодавчого регулювання лікарських засобів. Види порушень законодавства про рекламу лікарських засобів. Тютюнові вироби та алкогольні напої. Міжнародно-правове регулювання. Основні положення 22 статті Закону України «Про рекламу» про заборони та обмеження реклами сигарет, тютюнових та алкогольних виробів. Відповідність європейським принципам. Реклама зброї. Порядок рекламування бойової зброї, озброєнь і військової техніки, а також зброї за положеннями ст. 23 ЗУ «Про рекламу». Цінні папери, послуги із залученням коштів населення. Підприємницька діяльність та зниження цін на продукцію. Реклама послуг із працевлаштування. Реклама та діти. Міжнародно-правові норми щодо обмеження впливу реклами на дітей. Основні положення ст.20 «Реклами та діти» Закону України «Про рекламу» щодо. Недобросовісна реклама. Види порушень рекламного законодавства. Поняття та ознаки недобросовісної реклами згідно міжнародно-правових стандартів. Найтиповіші порушення рекламного законодавства. Правове регулювання відповідальності за порушення законодавства у галузі реклами. Відповідальність за порушення законодавства у галузі реклами. Основні поняття, види та засоби PR діяльності. **Основи інформаційного законодавства країн світу та України щодо сфери зв’язків з громадськістю.** Міжнародні нормативні акти у сфері зв’язків з громадськістю. Правові норми діяльності ЗМІ в Україні щодо сфери реклами та сфері зв’язків з громадськістю. ЗУ «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні. Найпоширеніші правопорушення у сфері інформаційного права та ПР-діяльності. Інформаційна безпека та інформаційна небезпека у кримінальному праві. Національна безпека та інформаційне законодавство. Інформаційні війни.**Види занять:** лекції, практичні заняття, самостійна робота.**Методи навчання:** навчальні дискусії, мозкова атака, презентації, кругли столи, ділові ігри, вирішення задач. **Форми навчання:** денна. |
| **Пререквізити** | Загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти у курсах « Аудіовиробництво», «Відеовиробництво», «Медіапсихологія», «Фотомистецтво». |
| **Пореквізити** | Знання з дисципліни можуть бути використані при вивченні таких курсів, як «Копірайтинг», «Креативність в рекламі і PR», «Політичний піар», «Соціальна реклама», «Захист інтелектуальної власності» та інших, а також при написанні кваліфікаційної роботи. |
| **Інформаційне забезпечення****з репозитарію та фонду НТБ НАУ** | **Навчальна та наукова література:** **Науково-технічна бібліотека НАУ:**1. Кафарський В. Політична реклама: проблеми правового регулювання. - Київ, 2006.
2. Май Манфред. Медіа-політика в інформаційному суспільстві /пер. З нім. В. Климченко, В. Олійник. – Київ: Академія Української Преси, 2011. – 286 с.
3. Макеєва О. М. Навчально-методичний комплекс навчальної дисципліни "право в галузі реклами та зв'язків з громадкістю". –2018.
4. Микитенко Людмила Андріївна. Адміністративно-правове регулювання рекламної діяльності в Україні: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата юридичних наук: 12.00.07/ Національний університет біоресурсів і природокористування України; МОН. – Київ,2008. – 23 с.
5. Правове регулювання рекламної діяльності / Інститут політики ; Панібратов О., уклад. – Київ: Геопринт, 2004. – 72 с.
6. Правове регулювання інформаційної діяльності в Україні (станом на 1 січня 2001 року) / Демський С.Е., упоряд.; Павлюк С.П., Демський С.Е., ред. – Київ: Юрінком Інтер, 2001. – 688 с.
7. Шведун Вікторія Олександрівна. Організаційно-правове забезпечення державного регулювання інформаційної безпеки реклами / Національний університет цивільного захисту України. Головний документ: Безпека інформації. –2015. – 21: 2

**Репозитарій НАУ:**1. Широкова-Мурараш О.Г. Історичний досвід України інтеграції у єврозійський простір /Матеріали УІІІ міжнародної науково-технічної конференції «Авіа-2007», 25-27 квітня 2007 р. Т. 3. С. 71.64-71.65. – URL: <http://www.lib.nau.edu.ua/search/Details.aspx?id=167648&lang=uk-UA>
2. Shirokova-Murarash O.G. The dilemma of interrelation of institutional cosmopolitanism and state sovereignty under human rights defense / O.G Shirokova-Murarash., K.O. Bezarova //Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Право. – 2014. - Т. 3. – С.184-191.

  |
| **Локація та матеріально-технічне забезпечення** | Аудиторний фонд Факультету міжнародних відносин (7 корпус), навчальна лабораторія кафедри реклами та зв’язків з громадськістю, яка оснащена сучасною комп’ютерною технікою та обладнанням для проведення лекційних і практичних занять. |
| **Семестровий контроль, екзаменаційна методика** | Диференційований залік  |
| **Кафедра** | Кафедра реклами та зв’язків з громадськістю |
| **Факультет** | Факультет міжнародних відносин |
| **Викладач(і)** | **ШИРОКОВА-МУРАРАШ ОЛЬГА ГЕННАДІЇВНА****Посада:** доцент кафедри реклами та зв’язків з громадськістю ФМВ**Науковий ступінь:** кандидат історичних наук**Вчене звання:** доцент**Профайл викладача:** [http://fmv.nau.edu.ua/structure/department\_ua/k\_rzg/професорсько-викладацький-склад/](http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_rzg/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D0%BE%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE-%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%B0%D1%86%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%81%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4/)**Тел.:**  406-77-85**E-mail:**  olha.shyrokova-murarash@npp.nau.edu.ua **Робоче місце:**  7. 215  |
| **Оригінальність навчальної дисципліни** | Авторський курс |
| **Лінк на дисципліну** | **посилання на НМК в репозитарії**  |