

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Лариса Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.09.2026 10:31:19
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО
на заседании
Высшей школы туризма и социальных технологий
Протокол от 26.08.2024 г. № 1

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(фонд оценочных средств)
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

«Правовое регулирование сферы коммуникаций»
наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата
бакалавриата,
специалитета, магистратуры

«Реклама и связи с общественностью»
наименование образовательной программы

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель Кораблева О.В. доцент, высшая школа туризма и социальных технологий, к.с.н., доцент
ФИО, должность, структурное подразделение, ученая степень, ученое звание

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ИОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

владеть навыками:

- применения норм действующего законодательства в сфере коммуникаций при создании материалов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов;
- осуществления профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;

уметь:

- адекватно оценивать результаты своей профессиональной деятельности на основе требований профессиональных стандартов и норм профессиональной этики при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов;
- осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы;
- применять нормы законодательства Российской Федерации в сфере коммуникаций в своей профессиональной деятельности;

знать:

- структуру и содержание правовой базы функционирования профессиональных институтов в сфере коммуникации;
- содержание основных законодательных актов в сфере коммуникаций;
- номенклатуру и назначение документов, регламентирующих профессиональную деятельность, требования профессиональных стандартов в коммуникативной сфере, нормы профессиональной этики субъектов коммуникационной сферы;
- основы правового регулирования деятельности средств массовой коммуникации;
- совокупность правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы;
- основные направления государственной политики Российской Федерации в сфере коммуникаций.

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Компетенция
1	Тема 1. Правовое регулирование рекламной деятельности.	ОПК-2 ОПК-5
2	Тема 2. Правовое регулирование выставочно-ярмарочной деятельности	ОПК-2 ОПК-5
3	Тема 3. Правовые основы связей с общественностью.	ОПК-2 ОПК-5
4	Тема 4. Правовое регулирование деятельности журналистов и средств массовой коммуникации	ОПК-2 ОПК-5
5	Тема 5. Правовые основы информационной деятельности посредством IT-технологий	ОПК-2 ОПК-5
6	Тема 6. Соотношение правовых и этических норм в деятельности профессионалов в коммуникационной сфере	ОПК-2 ОПК-5

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра

Форма промежуточной аттестации по дисциплине – зачет.

Шкала оценки уровня сформированности компетенций		Шкала оценки уровня освоения дисциплины	
Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл
Допороговый	Ниже 61	Ниже 61	«Не зачтено»
Пороговый	61-85,9	61-69,9	«зачтено»
		70-85,9	«зачтено»
Повышенный	86-100	86-100	«зачтено»

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Перечень вопросов и заданий для подготовки к зачету

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

1. Понятие и проблемы обеспечения информационной безопасности в России.
2. Государственная тайна как предмет правового регулирования в сфере коммуникаций.
3. Конфиденциальная информация как предмет правового регулирования в сфере коммуникаций.
4. Честь, достоинство и деловая репутация как предмет правового регулирования в сфере коммуникаций.
5. Основные принципы и система источников правового регулирования рекламной деятельности в России.
6. Основное содержание Федерального закона «О рекламе».
7. Гражданский кодекс РФ как источник правового регулирования рекламной деятельности в России.
8. Федеральный закон «О защите конкуренции» как источник правового регулирования рекламной деятельности в России.
9. Федеральный закон «О защите прав потребителей» как источник правового регулирования рекламной деятельности в России.

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

10. Правовое регулирование рекламы в теле-, радиопередачах и в периодических печатных изданиях.
11. Правовое регулирование рекламы, распространяемой при кино- и видеообслуживании.
12. Правовое регулирование рекламы, распространяемой по сетям электросвязи.
13. Правовое регулирование наружной рекламы, рекламы на транспортных средствах и с их использованием.
14. Правовое регулирование выставочно-ярмарочной деятельности.
15. Правовые основы саморегулирования в рекламе в современной России.
16. Правовые основы связей с общественностью.
17. Особенности правового регулирования связей с общественностью в политической сфере.
18. Особенности правового регулирования связей с общественностью в коммерческой сфере.
19. Правовое регулирование деятельности журналистов в РФ.
20. Правовое регулирование деятельности средств массовой информации.
21. Правовые основы информационной деятельности посредством IT-технологий.
22. Этика больших данных и социальных сетей.
23. Авторское право в сфере массовых коммуникаций.
24. Саморегулирование СМИ в современной России.
25. Соотношение правовых и этических норм в деятельности профессионалов в сфере коммуникаций.