



Система менеджменту якості.
Навчальна програма
навчальної дисципліни
«Право в галузі реклами та зв'язків з
громадськістю»

Шифр
документа

СМЯ НАУ
НП 13.01.01 - 01-2018

Стор. 2 із 10

Навчальну програму дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю» розроблено на основі освітньо-професійної програми та навчального плану № НБ-17-6.030302/1⁴ підготовки фахівців освітнього ступеня «Бакалавр» напряму підготовки: 6.030302 «Реклама і зв'язки з громадськістю» (за видами діяльності) та відповідних нормативних документів.

Навчальну програму розробила
доцент кафедри теорії та історії держави і права О. Макеєва

Навчальну програму обговорено та схвалено на засіданні кафедри теорії та історії держави і права, протокол № 20 від «19» 12
2017 р.

Завідувач кафедри І. Бородін

Навчальну програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри напряму підготовки 6.030302 «Реклама і зв'язки з громадськістю» (за видами діяльності), кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, протокол № 31 від «21» чрудня 2017 р.

Завідувач кафедри Е. Циховська

Навчальну програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради Навчально-наукового юридичного інституту, протокол № 1 від «25» 01 2018 р.

Голова НМРР В. Вишневецький

УЗГОДЖЕНО

Директор НН ЮІ

І. Сопілко
«25» 01 2018 р.

Рівень документа – 36

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник



1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Навчальна програма навчальної дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю» розроблена на основі «Методичних вказівок до розроблення та оформлення навчальної та робочої навчальної програм дисциплін», введених в дію розпорядженням від 16.06.2015р. №37/роз.

Ця дисципліна є базовим курсом для всієї системи вищої освіти, теоретичною основою сукупності знань та умінь, що формують відповідний рівень загального світогляду студента.

Метою викладання дисципліни є формування необхідних у подальшій роботі журналіста-практика основних знань у сфері інформаційного та рекламного законодавства України та міжнародного права, аналіз стану сучасного законодавства, шляхів удосконалення правової бази діяльності засобів масової інформації. Важливою метою навчальної дисципліни є формування у майбутніх фахівців належного рівня правових знань, системи професійно-юридичних навичок та умінь щодо практичного застосування норм чинного законодавства у професійній діяльності та повсякденному житті.


Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- ознайомлення студентів з основами теорії права в галузі реклами та зв'язків з громадськістю;
- оволодіння теоретичними знаннями з навчальної дисципліни;
- набуття навичок практичного застосування набутих теоретичних знань з дисципліни;
- ознайомлення з сукупністю нормативно-правових актів національного та міжнародного характеру, що є правовою основою рекламної та інформаційної діяльності;
- з'ясування видів юридичної відповідальності за порушення законодавства в галузі реклами та зв'язків з громадськістю;
- формування умінь користуватися нормативно-правовою базою у професійній діяльності;
- виховання у студентів належного рівня правової свідомості та правової культури.

У результаті вивчення дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю» студент повинен:

Знати:

- основні поняття та терміни рекламного та інформаційного законодавства України та інших країн,
- нормативно-правову основу рекламної та інформаційної діяльності національного та міжнародного характеру;
- практику діяльності Європейського суду з прав людини щодо реклами та інформаційного права;
- види юридичної відповідальності за порушення законодавства в сфері рекламної та інформаційної діяльності.

	Система менеджменту якості. Навчальна програма навчальної дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 13.01.01 - 01-2018
		Стор. 4 із 10	

Вміти:

- використовувати засвоєний матеріал у професійній діяльності;
- аналізувати норми Конституції України, законів та інших нормативно-правових актів;
- орієнтуватися в основних правових документах України щодо реклами та зв'язків з громадськістю;
- аналізувати законодавчу базу України у контексті журналістської діяльності та реклами;
- характеризувати основні порушення ЗМІ у сфері реклами та інформаційного права.

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модуля, а саме модуль № 1 «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю», який є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

Знання та вміння, отримані студентами під час вивчення дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю», будуть використані під час вивчення наступних дисциплін професійної та практичної підготовки фахівців.

2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Модуль №1 «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю»


Тема 2.1.1. Вступ до курсу. Предмет, мета, завдання, нормативна база дисципліни.

Предмет, мета та завдання навчальної дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю». Поняття права, його ознаки та функції. Роль та цінність права у житті суспільства. Принципи та джерела права. Правова система та система законодавства. Національне та міжнародне законодавство, що регулює право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю.

Тема 2.1.2. Міжнародне законодавство в галузі реклами.

Перші закони про рекламу у країнах світу. Сучасне міжнародне законодавство про рекламу. Міжнародний кодекс рекламної практики. Міжнародні неурядові організації, що регулюють рекламну діяльність: Міжнародна торгівельна палата, Міжнародна рекламна асоціація, Міжнародна спілка асоціації рекламодавців. Аналіз законодавства про рекламу окремих країн світу (США, Велика Британія, Франція, Німеччина).

Тема 2.1.3. Основи рекламного законодавства України.

	Система менеджменту якості. Навчальна програма навчальної дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 13.01.01 - 01-2018
	Стор. 5 із 10		

Основна законодавча база України щодо регулювання рекламної діяльності. Аналіз українського законодавства у галузі реклами. Основні положення закону України «Про рекламу». Регулювання реклами основними законами України «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про телебачення і радіомовлення», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» та інші. Локальні нормативно-правові акти про рекламу.

Тема 2.1.4. Правові відносини в сфері рекламної діяльності.

Суб'єкти рекламної діяльності, об'єкти Зміст правових відносин у сфері рекламної діяльності. Загальні вимоги до реклами. Ідентифікація реклами. Принципи реклами. Мова реклами. Спонсорство. Реклама і діти. Недобросовісна реклама. Прихована реклама. Соціальна реклама. Порівняльна реклама. Зовнішня реклама. Внутрішня реклама. Реклама на транспорті. Реклама під час демонстрування кіно- та відеофільмів.

Тема 2.1.5. Правове регулювання деяких видів товарів.

Реклама лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації Реклама алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби. Реклама зброї. Реклама послуг, пов'язаних із залученням коштів населення. Реклама послуг із працевлаштування. Реклама цінних паперів та фондового ринку. Реклама об'єктів будівництва.

Тема 2.1.6. Правові засади реклами в засобах масової інформації.

Реклама на телебаченні і радіо. Реклама у друкованих засобах масової інформації. Реклама послуг, що надаються з використанням електрозв'язку.


Тема 2.1.7. Контроль за дотриманням та відповідальність за порушення законодавства про рекламу.

Органи, що здійснюють контроль дотриманням та відповідальність за порушення законодавства про рекламу. Суб'єкти, що несуть відповідальність за порушення відповідальності. Види юридичної відповідальності. Порядок накладення, підстави притягнення до юридичної відповідальності. Перспективи удосконалення законодавства в галузі реклами.

Тема 2.1.8. Становлення та розвиток інформаційного права.

Загальна декларація прав людини ООН. Міжнародний пакт про громадянські і політичні права. Рекомендації Парламентської асамблеї Ради Європи «Про доступ громадськості до державної документації». Практика Європейського суду з прав людини.

Тема 2.1.9. Міжнародні стандарти у сфері зв'язків з громадськістю.

	Система менеджменту якості. Навчальна програма навчальної дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 13.01.01 - 01-2018
		Стор. 6 із 10	

Кодекс професійної поведінки та етики Міжнародної асоціації PR IPRA («Афінський кодекс») 1965 р. Кодекс професійної етики та поведінки Інституту PR (Велика Британія). Європейський кодекс професійної поведінки у галузі зв'язків з громадськістю («Лісабонський кодекс») 1989 р.

Тема 2.1.10. Правові норми діяльності ЗМІ у сфері зв'язків з громадськістю.

Правові чинники діяльності в сфері зв'язків з громадськістю. Законодавство України в сфері інформації, свободи слова. Правові засади регулювання інформаційної діяльності. Закон України «Про інформацію». Інформаційні правовідносини в Україні. Поняття інформації як об'єкту інформаційних правовідносин. міст права на інформацію. Конституційне закріплення права на інформацію. Права людини в сфері інформаційних правовідносин. Виборче право.

Тема 2.1.11. Правове регулювання доступу до публічної інформації.

Поняття публічної інформації. Закон України «Про доступ до публічної інформації». Гарантії і принципи забезпечення доступу до публічної інформації. Порядок доступу до інформації. Суб'єкти відносин у сфері доступу до публічної інформації. Реалізація права на доступ до публічної інформації за інформаційним запитом. Оскарження рішень, дій, чи бездіяльності розпорядників інформації.

Тема 2.1.12. Державна політика у сфері інформаційної діяльності.


Державна політика інформатизації. Роль органів публічної влади у формуванні державної інформаційної політики. Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України. Головні напрями здійснення інформаційної політики держави. Державна політика у сфері Національної програми інформатизації: сутність та основні принципи. Основні засади розвитку інформаційного суспільства.

Тема 2.1.13 Інформаційна безпека.

Поняття інформаційної безпеки. Поняття та види загроз національним інтересам та національній безпеці в інформаційній сфері. Закон України «Про основи національної безпеки України». Методи й засоби забезпечення інформаційної безпеки.

Тема 2.1.14. Правова культура журналістів як умова становлення інформаційного суспільства.

Поняття та структура правової культури. Правова культура в умовах трансформації економічних та політичних відносин. Ознаки та функції та правової культури журналістів. Правова культура як засіб забезпечення свободи слова та права на інформацію. Основні напрями підвищення

	Система менеджменту якості. Навчальна програма навчальної дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 13.01.01 - 01-2018
		Стор. 7 із 10	

правової культури. Роль засобів масової інформації у формуванні правової культури суспільства.

Тема 2.1.15. Юридична відповідальність за порушення законодавства в сфері інформаційної діяльності.

Поняття юридичної відповідальності, її мета та функції. Види юридичної відповідальності за порушення за порушення законодавства в сфері інформаційної діяльності. Перспективи удосконалення законодавства в галузі зв'язків з громадськістю.


3. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

3.1. Основні рекомендовані джерела

- 3.1.1. Грицюта Н.М. Етика рекламної діяльності: навч. посіб. / Н.М. Грицюта. - К.: Ін-т журналістики; Х.: Оберіг, 2008.- 256 с.
- 3.1.2. Інформація та реклама в Україні: зб. законодав. і нормат. актів: (офіц. текст)/ упоряд. Ю.В. Паливода. - К.: ПАЛИВОДА А.В., 2010. - 440 с.
- 3.1.3. Кузнецова О.Д. Правові норми реклами України: Посібник / О.Д. Кузнецова. - Львів: Видавничий центр ЛНУ ім.І.Франка, 2006. - 352 с.
- 3.1.4. Марущак А.І. Інформаційне право: доступ до інформації: Навчальний посібник / А.І. Марущак. - К.: КНТ, 2007. - 532 с.
- 3.1.5. Марущак А. Доступ до інформації: права журналістів / А. Марущак . - [Електронний ресурс]: http://www.uapp.org/uk/legal_library/11/21.html.
- 3.1.6. Приступенко Т.О. Теорія реклами: Етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / Т.О. Приступенко. — К., 2011. — 351с.
- 3.1.7. Цимбалюк В.С. Інформаційне право (основи теорії і практики). Монографія / В.С. Цимбалюк.- К.: "Освіта України", 2010. - 388 с:

3.1. Додаткові рекомендовані джерела

- 3.1.1. Інформаційний простір України: Словник-довідник законодавчих термінів: довідково-навчальне видання / Автор-укладач Я.О.Чепуренко / Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова. - К.: «Освіта України, 2008. - 544 с
- 3.1.2. Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» від 23 вересня 1997 р. (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 50. – Ст. 302.
- 3.1.3. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» від 16 листопада 1992 р. (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 1. – Ст. 1.
- 3.1.4. Закон України «Про інформацію» від 02 жовтня 1992 р (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48. – Ст. 650.
- 3.1.5. Закон України «Про рекламу» від 03 липня 1996 р. (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 39. – Ст. 181.

	Система менеджменту якості. Навчальна програма навчальної дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 13.01.01 - 01-2018
		Стор. 8 із 10	

3.1.6. Закон України «Про суспільне телебачення та радіомовлення» від 17 квітня 2014 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2014. – № 27. – Ст. 904.

3.1.7. Закон України «Про телебачення та радіомовлення» від 21 грудня 1993 р. (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 10. – Ст. 43.

3.1.8. Конституція України: станом на 7 квіт. 2016 р.: офіц. текст. - Київ: Правова єдність: Алерта, 2016. - 78 с

3.1.9. Цивільний кодекс України: станом на 15 січ. 2016 р.: відповідає офіц. тексту. - Харків: Право, 2016. - 437 с.

3.1.10. Кримінальний кодекс України: зі змінами та доп.: станом на 20 січ. 2016 р. / уклад. та підгот. В.І. Тютюгін. - Харків: Право, 2016. - 307 с.

3.1.11. Кодекс України про адміністративні правопорушення: станом на 5 січ. 2016 р.: відповідає офіц. тексту. - Харків : Право, 2016. - 360 с.

