


НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий юридичний інститут
Кафедра теорії та історії держави і права

УЗГОДЖЕНО

Директор Навчально-наукового
інституту міжнародних відносин

 А. Фоменко
« 25 » 01 2018 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Проректор з навчальної
та виховної роботи

 Т. Іванова
« 31 » 01 2018р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни

«Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю»

Галузь знань: 0303 «Журналістика та інформація»

Напрямок підготовки: 6.030302 «Реклама і зв'язки з громадськістю» (за видами діяльності)

Курс – 4 Семестр – 8

Лекції	– 30	Екзамен – 8 семестр
Практичні заняття	– 30	
Самостійна робота	– 48	
Усього (годин/кредитів ECTS)	– 108/3	
Домашнє завдання (1)	- 8 семестр	

Індекс РБ-17-6.030302/14-3.1.4



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

Шифр
документа

СМЯ НАУ
РНП 13.01.01 – 01-2018

Стор. 2 із 11

Робочу навчальну програму дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю» розроблено на основі робочого навчального плану РБ-17-6.030302/14 підготовки фахівців освітнього ступеня «Бакалавр» напряму підготовки 6.030302 «Реклама і зв'язки з громадськістю (за видами діяльності) навчальної програми цієї дисципліни, індекс НБ-17-6.030302/14-3.1.4, затвердженої в.о. ректора «31» 01 2018 р., та відповідних нормативних документів.

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

Робоча навчальна програма обговорена та схвалена на засіданні кафедри теорії та історії держави і права, протокол № 10 від «19» 12 2017р.

Завідувач кафедри І. Бородін

Робоча навчальна програма обговорена та схвалена 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 «28» грудня 2017р.

Завідувач кафедри Е. Циховська


Робоча програма обговорена та схвалена на засіданні науково-методично-редакційної ради Навчально-наукового юридичного інституту, протокол № 1 від «25» 01 2018р.

Голова НМРР В. Вишневецький

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю»	Шифр документа	СМЯ НАУ РНП 13.01.01 – 01-2018
		Стор. 4 із 11	

1. ВСТУП

Робоча навчальна програма дисципліни розроблена на основі навчальної програми дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю» та «Методичних вказівок до розроблення та оформлення навчальної та робочої навчальної програм дисциплін», введених в дію розпорядженням від 16.06.15 №37/роз.

Рейтингова система оцінювання (PCO) є невід'ємною складовою робочої навчальної програми і передбачає визначення якості виконаної студентом усіх видів аудиторної та самостійної навчальної роботи та рівня набутих ним знань та умінь шляхом оцінювання в балах результатів цієї роботи під час поточного, модульного та семестрового контролю, з наступним переведенням оцінки за багатобальною шкалою в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS.

PCO передбачає використання модульних рейтингових оцінок (поточної, контрольної, підсумкової), а також залікової, підсумкової семестрової та підсумкової рейтингових оцінок.

2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Тематичний план навчальної дисципліни

№ пор.	Назва теми	Обсяг навчальних занять (год.)			
		Усього	Лекції	Практичні заняття	СРС
1	2	3	4	5	6
8 семестр					
Модуль №1 «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю»					
1.1	Вступ до курсу. Предмет, мета, завдання, нормативна база дисципліни	8	2	2	4
1.2	Міжнародне законодавство в галузі реклами	6	2	2	2
1.3	Основи рекламного законодавства України	6	2	2	2
1.4	Правові відносини в сфері рекламної діяльності	6	2	2	2
1.5	Правове регулювання та деяких видів реклами	6	2	2	2
1.6	Правові засади реклами у засобах масової інформації	6	2	2	2
1.7	Контроль за дотриманням та відповідальність за порушення законодавства про рекламу	6	2	2	2
1.8	Становлення та розвиток інформаційного права	6	2	2	2
1.9	Міжнародні стандарти у сфері зв'язків з громадськістю	6	2	2	2
1.10	Правові норми діяльності ЗМІ у сфері зв'язків з громадськістю	7	2	2	3

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю»	Шифр документа	СМЯ НАУ РНП 13.01.01 – 01-2018		
		Стор. 5 із 11			
1.11	Правове регулювання доступу до публічної інформації	7	2	2	3
1.12	Державна політика у сфері інформаційної діяльності	7	2	2	3
1.13	Інформаційна безпека	7	2	2	3
1.14	Правова культура журналістів як умова становлення інформаційного суспільства	7	2	2	3
1.15	Юридична відповідальність за порушення законодавства в сфері інформаційної діяльності	6	2	1	3
1.16	Домашнє завдання	8	-	-	8
1.17	Модульна контрольна робота №1	3	-	1	2
Усього за модулем № 1		108	30	30	48
Усього за 8 семестр		108	30	30	48
Усього за навчальною дисципліною		108	30	30	48

2. 2 Домашнє завдання

Домашнє завдання (ДЗ) виконуються в 8 семестрі, відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних знань та вмінь студентів і є важливим етапом у засвоєнні навчального матеріалу, що викладається у 8 семестрі.

Домашнє завдання виконується на основі навчального матеріалу, винесеного на самостійне опрацювання студентами, і є складовою модулю №1 «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю».

- Конкретна мета домашнього завдання міститься, в залежності від варіанту завдання, у вивченні та аналізі основних нормативних актів в галузі реклами та зв'язків з громадськістю, вміння їх застосовувати у практичній діяльності.

Виконання, оформлення та захист домашнього завдання здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

Час, потрібний для виконання домашнього завдання – до 8 годин самостійної роботи.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Список рекомендованих джерел

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:

Додаткові рекомендовані джерела

3.1.8. 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

3.1.9. 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.

3.1.10. 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.

3.1.11. Закон України «Про інформацію» від 02 жовтня 1992 р (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48. – Ст. 650.

3.1.12. Закон України «Про рекламу» від 03 липня 1996 р. (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 39. – Ст. 181.

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


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

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

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

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

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

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю»	Шифр документа	СМЯ НАУ РНП 13.01.01 – 01-2018
		Стор. 7 із 11	

3.2. Перелік наочних та інших навчально-методичних посібників, методичних матеріалів до ТЗН

№ пор.	Назва	Шифр тем за тематичним планом	Кількість
1	2	3	4
1.	Методичні рекомендації для самостійної підготовки до занять	1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5, 1.6, 1.7, 1.8, 1.9, 1.10, 1.11, 1.12, 1.13, 1.14, 1.15	електронна версія
2.	Роздавальний матеріал для вирішення практичних завдань	1.3, 1.4, 1.5, 1.6, 1.8, 1.9, 1.10, 1.11, 1.12, 1.13, 1.14	15 прим. та електронна версія


4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ

4.1. Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Оцінювання окремих видів навчальної роботи студента

8 семестр		
Модуль №1		Мах кількість балів
Вид навчальної роботи	Мах кількість балів	
Відповідь на практичному занятті з основних питань (з урахуванням СРС) (8бх4)	32	Мах кількість балів
Виконання експрес-контрольної роботи, вирішення тестів і задач (з урахуванням СРС) (7бх2)	14	
Домашнє завдання	12	
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше 35 балів</i>		
Виконання модульної контрольної роботи №1	30	
Усього за модулем № 1	88	
Семестровий екзамен		12
Усього за 8 семестр		100

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю»	Шифр документа	СМЯ НАУ РНП 13.01.01 – 01-2018
		Стор. 8 із 11	

4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (табл. 4.2).

Таблиця 4.2

Відповідність рейтингових оцінок за окремі види навчальної роботи в балах оцінкам за національною шкалою

Рейтингова оцінка в балах				Оцінка за національною шкалою
Відповідь на практичному занятті з основних питань	Виконання експрес контрольної роботи та вирішення тестів, задач	Виконання домашнього завдання	Виконання модульної контрольної роботи	
8	7	11-12	27-30	Відмінно
6-7	6	9-10	23-26	Добре
5	4-5	7-8	18-22	Задовільно
менше 5	менше 4	менше 7	менше 18	Незадовільно

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. Сума поточної та контрольної модульної рейтингової оцінки становить підсумкову модульну рейтингову оцінку (табл.4.3), яка в балах та за національною шкалою заноситься до відомості модульного контролю.

Таблиця 4.3

Відповідність підсумкової модульної рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою

Модуль №1	Оцінка за національною шкалою
79-88	Відмінно
66-78	Добре
53-65	Задовільно
менше 53	Незадовільно

4.5. Підсумкова модульна рейтингова оцінка для цієї дисципліни дорівнює підсумковій семестровій модульній рейтинговій оцінці, яка перераховується в оцінку за національною шкалою (табл. 4.4).

Таблиця 4.4


Відповідність підсумкової семестровій модульної рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою
79-88	Відмінно
66-78	Добре
53-65	Задовільно

Таблиця 4.5

Відповідність екзаменаційної рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою
11-12	Відмінно
9-10	Добре
7-8	Задовільно

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю»	Шифр документа	СМЯ НАУ РНП 13.01.01 – 01-2018
		Стор. 9 із 11	

менше 53	Незадовільно	менше 7	Незадовільно
----------	--------------	---------	--------------

4.6. Сума підсумкової семестрової модульної та екзаменаційної (табл.4.5) рейтингових оцінок у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS (табл. 4.6).

Таблиця 4.6

Відповідність підсумкової семестрової рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89	Добре	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81		C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
67-74	Задовільно	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-66		E	Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59	Незадовільно	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
1-34		F	Незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)

4.7. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента.

4.8. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка заноситься до залікової книжки та навчальної картки студента, наприклад, так: **92/Відм./A**, **87/Добре/B**, **79/Добре/C**, **68/Задов./D**, **65/Задов./E** тощо.

4.9. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці.

Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

