

**Аннотация рабочей программы учебной дисциплины**  
**Государственное регулирование рекламной деятельности и саморегулирование**  
**(набора 2017года)**

**основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки**  
**42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

**1. Цели изучения дисциплины**

расширить представления обучающихся с помощью системы знаний о законах регулирующих рекламную деятельность

**2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы Государственного регулирования рекламной деятельности и саморегулирование - дисциплины по выбору - Б.1.В/В.5**

**3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля):** ОК-2, ОПК-1, ОПК-7, ОПК-8, ПК-24

**4. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** - утилитаристский, индивидуалистический и морально-правовой подходы этики менеджмента, а также концепцию справедливости, систему ценностей, отношений, убеждений и манеры поведения, принятых в организационных культурах, теорию и классификацию конфликтов; профессиональные функции и подходы их реализации в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; принципы и методы организации получения и обработки полученных данных в соответствии с поставленной задачей; перечень нормативных документов, регулирующих трудовые отношения; источники субъекты и объекты трудового права; современные традиционные и инновационные методы и средства для анализа и решения исследовательских задач;

**уметь:** - определять смысл и значение осуществляемых процессов; способствовать развитию полноценных партнерских отношений между членами рабочей группы; применять средства и методы управления с учетом специфики области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; анализировать с помощью инструментальных средств, статистических, математических методов и информационных технологий; систематизировать возникающие ситуации на основе знания норм конституционного права; правильно пользоваться кодексами законов и другими нормативно-правовыми актами; анализировать, систематизировать и оценивать результаты научных исследований

**владеть:** - методами своевременной диагностики конфликтных ситуаций, демонстрировать социально ответственное поведение, активную жизненную позицию и широким спектром знаний, умений, навыков; инструментами менеджмента и маркетинга в сфере медиа; умением руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; навыками применения полученных правовых знаний и умений при самостоятельном анализе правовых отношений; решения спорных или конфликтных ситуации на основе применения правовых норм в конкретных жизненных ситуациях и будущей; способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями профессиональной деятельности

**5. Общая трудоемкость дисциплины**

составляет 108 час., 3 зачётные единицы,  
из них аудиторные занятия - 36 часов,  
самостоятельная работа - 72 часа

**6. Вид промежуточной аттестации:** экзамен – 4 семестр

**7. Рабочую программу разработал**

**Толмачева Светлана Владимировна, д.с.н., доцент**

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоножко