

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б3.Б.11 «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельностью»**

Дисциплина «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности» относится к дисциплинам профессионального цикла. Дисциплина реализуется на факультете гуманитарного образования СамГТУ кафедрой психологии и педагогики.

**Целью освоения дисциплины** «Государственное регулирование рекламно-информационной деятельности» является формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления организационно-управленческой, проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности.

**Задачами изучения дисциплины являются:**

- получение знаний об инструментах, технологиях и методах государственного и общественного регулирования в области рекламно-информационной деятельности;
- приобретение умений ориентироваться в действующем законодательстве Российской Федерации, адекватно реализовывать свои коммуникативные намерения;
- овладение навыками юридически грамотного проектирования кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.

**Требования к уровню освоения содержания дисциплины.** В результате изучения дисциплины студент должен приобрести:

- Знания о системе, этапах и тенденциях развития современного информационного общества, об опасностях и угрозах в области информации, основных требованиях информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны, о нормативных правовых актах, регулирующих деятельность в информационно-рекламной сфере.

- Умения использования действующего законодательства Российской Федерации, правовых документов в своей профессиональной деятельности.

- Навыки юридически грамотного и социально ответственного проектирования кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17);

- обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

- обладает пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);

- способностью организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с государственным и общественным регулированием в сфере рекламно-информационной деятельности; правовой, юридической и социальной ответственностью, которая может возникать в профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: **текущий контроль** в форме проверки домашних работ, рубежный в форме тестов, промежуточный контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (30 часов), практические занятия (42 часа), 36 часов самостоятельной работы студента.