

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Факультет математики и информационных технологий
Кафедра математического анализа и дифференциальных уравнений

УТВЕРЖДАЮ
проректор

_____ П. А. Машаров
«16» апреля 2026 г.
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕКЛАМНОЙ
И PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Укрупненная группа направлений подготовки	42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело
Программа высшего образования	Программа магистратуры
Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль образовательной программы	Реклама и связи с общественностью
Квалификация	Магистр
Форма обучения	Очная, заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2026

Рабочая программа дисциплины **«Особенности регулирования рекламной и PR-деятельности»** для обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 528 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2026 года.

Разработчик:

доцент кафедры журналистики,
канд. хим. наук, ст. научн. сотр.

В. П. Безродный

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики.

Протокол от 27.03.2026 г. № 8

Заведующий кафедрой

И. М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО:

Декан филологического факультета
15.04.2026 г.

Н. А. Ярошенко

Учебно-методическая комиссия филологического факультета

Протокол от 15.04.2026 г. № 4

Председатель

А. Н. Стебунова

Руководитель основной образовательной
программы, д-р наук по соц. коммуникациям,
доц.

14.04.2026 г.

И. М. Артамонова

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: «Введение в специальность», «Медиаправо», «Правоведение».

1.2. Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

дисциплины «Планирование и реализация рекламных кампаний», Научно-исследовательская работа (НИР), Производственная профессионально-творческая практика, Производственная научно-исследовательская практика.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы (далее – ОП)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ДВ.2 Особенности регулирования рекламной и PR-деятельности
Часть образовательной программы	Вариативная часть: выбор обучающегося
Количество зачетных единиц / всего часов	2,5 / 90

В случае предъявления от обучающегося или его родителя (законного представителя) заявления на обучение по адаптированной образовательной программе высшего образования, подкрепленного заключением психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или медико-социальной экспертизы (МСЭ) с рекомендациями создания индивидуальной программы реабилитации и абилитации (ИПРА), данная рабочая программа может быть адаптирована с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающегося.

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	1	2	16	–	16	58	90	экзамен
Очная, всего								
Заочная	1	2	4	–	2	84	90	экзамен

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Получение теоретических знаний о законодательстве России, которое регулирует рекламную и PR-деятельность, и практических навыков по его применению.

**4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ
ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ
И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ**

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1. Осуществляет авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1.1. Знает теоретические основы и принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью. ПК-1.1.2. Способен применять при создании текстов рекламы и связей с общественностью комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов с учетом специфики коммуникационных задач. ПК-1.1.3. Владеет навыками применения в профессиональной деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов создания коммуникационного продукт любого уровня сложности.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Раздел 1. Регулирование рекламной деятельности	
Тема 1. Общие требования к рекламе	11.1. Ограничения на содержание рекламы. 1.2. Ограничения на размещение рекламы. 1.3. Ограничения на рекламу.
Тема 2. Особенности отдельных способов распространения рекламы	2.1. Реклама на телевидении и радио. 2.2. Реклама в печатных СМИ, при кино- и видеообслуживании. 2.3. Наружная реклама и реклама на транспортных средствах. 2.4. Интернет-реклама и реклама, распространяемая по сетям электросвязи..
Тема 3. Особенности рекламы отдельных видов товаров	3.1. Реклама лекарственных средств и медицинских услуг. 3.2. Реклама продуктов детского питания. 3.3. Реклама продуктов военного назначения и оружия. 3.4. Реклама финансовых услуг.
Раздел 2. Регулирование ПР-деятельности	
Тема 4. Основы законодательства в сфере информации и СМИ	4.1. Основные функции отдела. 4.2. Организация документооборота. 4.3. Стратегическое планирование.
Тема 5. Запрет цензуры и вмешательства в деятельность СМИ	5.1. Основные законы, регулирующие деятельность в сфере информации и средств массовой информации в России. 5.2. Основные положения законов, регулирующих деятельность в информационной сфере
Тема 6. Этические регуляторы ПР-	6.1. Международные профессиональные кодексы и стандарты 6.2. Российский кодекс профессиональных и

деятельности	этических принципов в области связей с общественностью 6.3. Кодекс профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA)
--------------	---

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 2

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Регулирование рекламной деятельности	11	-	11	40	62
Тема 1. Общие требования к рекламе	2	-	2	6	10
Тема 2. Особенности отдельных способов распространения рекламы	5	-	5	22	32
Тема 3. Особенности рекламы отдельных видов товаров	4	-	4	12	20
Раздел 2. Регулирование ПР-деятельности	5	-	5	18	28
Тема 4. Основы законодательства в сфере информации и СМИ	1	-	1	4	6
Тема 5. Запрет цензуры и вмешательства в деятельность СМИ	2	-	2	6	10
Тема 6. Этические регуляторы ПР-деятельности	2	-	2	8	12
ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	16	-	16	58	90

6.2. Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 2

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Регулирование рекламной деятельности	3	-	1	58	62
Тема 1. Общие требования к рекламе	2	-	1	7	10
Тема 2. Особенности отдельных способов распространения рекламы	1	-	-	31	32
Тема 3. Особенности рекламы отдельных видов товаров	-	-	-	20	20
Раздел 2. Регулирование ПР-деятельности	1	-	1	26	28
Тема 4. Основы законодательства в сфере информации и СМИ		-	-	6	6
Тема 5. Запрет цензуры и вмешательства в деятельность СМИ		-	-	10	10
Тема 6. Этические регуляторы ПР-деятельности	1	-	1	10	122
ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	4	-	2	84	90
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОП	4	-	2	84	90

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1. Регулирование рекламной деятельности

1. Какова цель Закона РФ «О рекламе» и на какие отношения он распространяется?
2. Что такое недобросовестная и недостоверная реклама?
3. Что не должна делать реклама и что не допускается в рекламе?
4. Реклама каких товаров и услуг не допускается в РФ?
5. Что такое социальная реклама и каковы правила ее распространения?
6. Укажите основные требования Закона к рекламе на радио и телевидении.
7. Укажите основные требования Закона к рекламе в периодических печатных СМИ.
8. Укажите основные требования Закона к рекламе при кино- и видеообслуживании.
9. Укажите основные требования Закона РФ «О рекламе» к наружной рекламе.
10. Укажите основные требования Закона к рекламе, распространяемой на транспортных средствах и с их использованием.
11. Какие ограничения установлены Законом для рекламы, распространяемой по сетям электросвязи?
12. Что предусматривает Закон в целях обеспечения прослеживаемости рекламы в сети Интернет?
13. Каковы ограничения относительно рекламы алкогольных напитков?
14. Каковы ограничения относительно содержания рекламы лекарственных средств и медицинских услуг?
15. Каковы ограничения относительно содержания рекламы БАДов и пищевых добавок?
16. Каковы особенности рекламы продукции военного назначения и оружия?
17. Каковы ограничения относительно содержания рекламы основанных на риске игр, пари?
18. Каковы ограничения по размещению рекламы основанных на риске игр, пари?
19. Основные требования законодательства РФ к рекламе финансовых услуг.
20. Основные требования законодательства РФ к рекламе ценных бумаг.

Раздел 2. Регулирование ПР-деятельности

1. Что такое деятельность по связям с общественностью?
2. Опишите модели PR-деятельности по Грюнигу.
3. Какова основная цель PR-деятельности?
4. Какие основные задачи стоят перед работниками по связям с общественностью?
5. Как общественное мнение целевой аудитории соотносится с основной целью PR-деятельности?
6. Какие факторы влияют на общественное мнение целевой аудитории?
7. Какие законы регулируют деятельности в информационной сфере РФ?
8. Что такое цензура в СМИ? Каким документом установлен запрет цензуры в РФ?
9. Какие ограничения на информацию, свободу слова направлены на обеспечение безопасности государства, личности, защиту морали.
10. Что означает саморегулирование связей с общественностью?
11. Укажите основные положения Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.
12. Укажите основные положения Кодекса профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA).

- 7.2. Тестовые задания (варианты)
- 7.3. Темы письменных работ (типы задач)
- 7.4. Образец содержания экзаменационного билета (при наличии экзамена по дисциплине)

Донецкий государственный университет
Факультет филологический

Программа подготовки:	магистратура
Направление подготовки:	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль:	Реклама и связи с общественностью
Очная форма обучения.	Семестр 2
Заочная форма обучения.	Семестр 2
Учебная дисциплина	Особенности регулирования рекламной и PR-деятельности

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1

1. Реклама каких товаров и услуг не допускается в РФ?
2. Укажите основные требования Закона к рекламе в ходе телетрансляции спортивных соревнований.

Утверждено на заседании кафедры журналистики,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 ____ г.

Заведующая кафедрой	_____ И.М. Артамонова
Экзаменатор	_____ В.П. Безродный

В случае ведения учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, содержание билета может отличаться от приведенного.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже.

Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

Самостоятельная работа оценивается на основе предоставленных на проверку выполненных домашних, индивидуальных заданий с учетом своевременности их предоставления и соответствия требованиям к их выполнению.

Количество баллов за контрольную работу вычисляется как сумма баллов за все входящие в её состав задания. Каждое задание оценивается исходя из максимально возможного количества баллов с учетом правильности выполнения задания, полноты приводимых обоснований.

По результатам работы в семестре обучающийся, набравший не менее 60 баллов, имеет право получить оценку. Те, кто претендует на более высокий балл, проходят промежуточную аттестацию. Максимальное количество баллов на промежуточной

аттестации – 100. Общее количество баллов за семестр вычисляется как максимальная из полученных за семестр и на промежуточной аттестации и выставляется согласно принятому порядку.

8.1. Форма обучения – очная, курс -1, семестр - 2

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	15
	Самостоятельная работа	15
	Контрольные работы по практике	15
	Контрольная работа по теоретическому материалу	15
ИТОГО		60
Промежуточная аттестация (экзамен)		40
Общий итог за семестр		100

8.2. Форма обучения – заочная, курс – 1, семестр -2

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	5
	Самостоятельная работа	25
	Контрольные работы по практике	15
	Контрольная работа по теоретическому материалу	15
ИТОГО		60
Промежуточная аттестация (экзамен)		40
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в корпусе №1 ДонГУ (г. Донецк, ул. Университетская, 24). Для проведения занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя, выход в Интернет – проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное на кафедре журналистики.

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

10. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

10.1. Основная литература

1. Закон РФ "О средствах массовой информации" от 27.12.1991 N 2124-1 (с изменениями)

2. Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ (с изменениями)

10.2. Дополнительная литература

3. Кирилловых, А. А. Рекламное право и законодательство: система правового регулирования. – URL: <http://www.center-bereg.ru/h307.html> (дата обращения: 28.04.2016).

4. Степанов, А. Г. Законодательство о рекламе. – URL: <http://www.mdpromotion.ru/articles/html/article32652.html> (дата обращения: 03.05.2016).

11. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.

2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система **«Лань»:** [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: издания Сетевой электронной библиотеки, для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://urait.ru/library/svobodnyy-dostup/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: издания свободного доступа, для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив ДонГУ:** раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный.

12. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).