

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«03» сентября » 2021 г.

Рабочая программа дисциплины/модуля

Правовое регулирование в PR и рекламе

Закреплена за кафедрой	<i>социальных коммуникаций</i>
Учебный план	<i>42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Работа с социальными медиа</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Общая трудоёмкость	<i>3 з.е.</i>
Часов по учебному плану	<i>108 ч.</i>
в том числе:	
аудиторная контактная работа	<i>44,2 ч.</i>
самостоятельная работа	<i>32,1 ч.</i>
Вид(ы) контроля в семестрах	
<i>экзамен</i>	<i>2 семестр</i>

Программу составил: Г.А. Окушова, к.филол.н., доцент, доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рецензент: И.П. Кужелева-Саган, д.филол.н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рабочая программа дисциплины «Правовое регулирование в PR и рекламе» в соответствии с СУОС НИ ТГУ: *самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт НИ ТГУ по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (утвержден Ученым советом НИ ТГУ, протокол от 30.06.2021 г. №6)*

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии НИ ТГУ

Протокол № 1 от 03.09.2021

Целью освоения дисциплины «Правовое регулирование в PR и рекламе» является формирование у обучающихся компетенций, необходимой для решения профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью, исходя из правовых и этических норм регулирования взаимодействия со медиакоммуникационными системами региона, страны и мира.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Правовое регулирование в PR и рекламе» входит в Обязательную часть блока 1. Дисциплины (модули). Базовой для данной дисциплины является обязательная дисциплина: «Правоведение». Курс «Правовое регулирование в PR и рекламе» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами как «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы проектирования в сфере социальных коммуникаций», «Организация специальных мероприятий».

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения дисциплин «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Технологии управления общественным мнением», «Выборные технологии», углубляющих и специализирующих умения обучающихся обеспечивать эффективные коммуникации организации со медиакоммуникационными системами региона, страны и мира, а также для прохождения всех видов производственной практики, подготовки к сдаче государственного междисциплинарного экзамена, выполнения выпускной квалификационной работы.

2. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины/модуля

Таблица 1.

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.2 Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	ОР-ИУК-2.2 Обучающийся сможет: 2.2.1. Владеть языком и стилем нормативно-правовых актов при осуществлении профессиональных деятельности. 2.2.2. Отбирать, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений способы решения профессиональных задач. 2.2.3. Давать правовую оценку конкретных фактических обстоятельств при проектировании решения конкретной задачи проекта
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и	ИОПК-5.1 Демонстрирует готовность учитывать правовые и этические нормы регулирования взаимодействия с медиакоммуникационными системами региона, страны и мира в рамках	ОР-ИОПК-5.1 Обучающийся сможет: 5.1.1. Осознавать значимость для профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. 5.1.2. Анализировать правовые и этические нормы регулирования взаимодействия с медиакоммуникационными системами региона,

экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	осуществления профессиональной деятельности	страны и мира при решении профессиональных задач. 5.1.3. Осуществлять профессиональную деятельность с учётом правовых и этических норм регулирования взаимодействия с медиакоммуникационными системами региона, страны и мира.
--	---	---

3. Структура и содержание дисциплины/модуля

3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине/модулю

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов

Таблица 2.

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах	
	2 семестр	всего
Общая трудоемкость		
Контактная работа:	44,20	44,20
Лекции (Л):	14	12
Практические занятия (ПЗ)	16	8
Лабораторные работы (ЛР)		
Семинарские занятия (СЗ)	8	8
Групповые консультации	1,9	1,9
Индивидуальные консультации		
Промежуточная аттестация	31,7	31,7
Самостоятельная работа обучающегося:	32,10	32,10
- выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР)		
- написание реферата		
- написание эссе		
- выполнение проекта		
- выполнение расчетно-графических работ		
- выполнение контрольной работы/контрольных заданий (кейс)		
- подготовка доклада, сообщения		
- выполнение творческого задания		
- изучение учебного материала, публикаций	6,10	6,10
- подготовка к лабораторным/практическим занятиям/коллоквиумам		
- подготовка к круглому столу/дискуссии/диспуту		
- решение кейсов	26	26
- подготовка к рубежному контролю по теме/разделу		
- другие формы самостоятельной работы		
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	Экзамен 4,30	Экзамен 4,30

3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины/модуля

Таблица 3.

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание	Вид учебной работы, занятий, контроля	С е м е с тр	Часы в электронной форме	Всего (час.)	Код (ы) результата(ов) обучения
	Раздел 1. Основы российского информационного права и их использование в сфере связей с общественностью и рекламы		2	6	20, 10	
1.1.	Информационное право: понятие и общая характеристика	Лекции		2	2	ОР-ИУК-2.2 Обучающийся сможет: 2.2.1. Овладеть юридической терминологией и осознавать значимость для решения профессиональных задач нормативно-правовых актов. ОР- ИОПК-5.1. Обучающийся сможет: 5.1.1. Осознавать значимость для профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.
1.2.	Информационное право в сфере связей с общественностью и рекламы	Лекции		2	2	
1.3.	Правовая компетентность специалистов в сфере связей с общественностью и рекламы	Лекция Семинар Практика		2	2 2 4	
1.4.	Изучение учебного материала, публикаций	СРС			6,10	
1.5.	Текущий контроль успеваемости: выступление с докладом электронной презентацией	Семинар			2	
	Раздел 2. Правовое регулирование PR-деятельности		2	4	23	
2.1.	Основные направления правового регулирования PR деятельности.	Лекции		2	2	ОР-ИУК-2.2 Обучающийся сможет: 2.2.2. Отбирать, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений способы решения профессиональных задач. ОР- ИОПК-5.1 Обучающийся сможет: 5.1.2. Анализировать правовые и этические нормы регулирования взаимодействия с
2.2.	Юридические особенности коммуникаций с органами государственной власти, коммерческими организациями и общественными объединениями	Лекции		2	2	
2.3.	Правонарушения и юридическая ответственность в сфере связей с общественностью	Практика			4	
2.4.	Решение кейсов / ситуативных задач	СРС			13	
2.5.	Текущий контроль успеваемости: выступление с докладом-обзором кейсов с электронной презентацией	Семинар			2	

						медиакommunikационными системами региона, страны и мира при решении профессиональных задач
	Раздел 3. Правовое регулирование рекламной деятельности		2	4	27	
3.1.	Рекламная деятельность как объект правового регулирования	Лекции		2	2	ОР-ИУК-2.2 Обучающийся сможет: 2.2.3. Давать правовую оценку конкретных фактических обстоятельств при проектировании решения конкретной задачи проекта
3.2.	Государственное регулирование и саморегулирование в сфере рекламы	Лекция		2	2	
3.3	Правонарушения и юридическая ответственность по рекламному законодательству РФ.	Практика			4	
3.4	Авторское право. Бренд с точки зрения права.	Практика			4	
3.5.	Решение кейсов / ситуативных задач	СРС			13	
3.5.	Текущий контроль успеваемости: выступление с докладом-обзором кейсов с электронной презентацией	Семинар			2	ОР- ИОПК-5.1. Обучающийся сможет: 5.1.3. Осуществлять профессиональную деятельность с учётом правовых и этических норм регулирования взаимодействия с медиакommunikационными системами региона, страны и мира.
	Промежуточная аттестация	Экзамен				ОР-ИУК-2.2 Обучающийся сможет: 2.2.1. Овладеть юридической терминологией и осознавать значимость для решения профессиональных задач нормативно-правовых актов. 2.2.2. Отбирать, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений способы решения профессиональных задач. 2.2.3. Давать правовую оценку конкретных фактических обстоятельств при проектировании решения конкретной задачи проекта ОР- ИОПК-5.1 Обучающийся сможет: 5.1.1. Осознавать значимость для

						<p>профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</p> <p>5.1.2. Анализировать правовые и этические нормы регулирования взаимодействия с медиакоммуникационными системами региона, страны и мира при решении профессиональных задач.</p> <p>5.1.3. Осуществлять профессиональную деятельность с учётом правовых и этических норм регулирования взаимодействия с медиакоммуникационными системами региона, страны и мира.</p>
--	--	--	--	--	--	--

4. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины

Условием эффективного усвоения содержания курса «Правовое регулирование в PR и рекламе» и формирования соответствующей компетенции является обязательное сочетание лекционных занятий с семинарскими и практическими занятиями. При изучении данной дисциплины, кроме такой традиционной образовательной технологии как «лекция», рекомендуется использовать:

- технологию практических занятий – «анализ кейс-стади», представляющую собой изучение реальных фактов, событий, процессов, ставших объектами общественной дискуссии, работа с которыми позволяет формировать готовность учитывать правовые и этические нормы регулирования взаимодействия со медиакоммуникационными системами региона, страны и мира в рамках осуществления профессиональной деятельности; давать правовую оценку конкретных фактических обстоятельств при осуществлении профессиональной деятельности.

- технологию семинара-«обсуждения / дискуссии», ориентированную на наиболее полное включение обучающихся в активный процесс коллективного обсуждения (спора) и осмысления темы; на развитие у них критико-аналитического исследовательского мышления; умения правильно формулировать, аргументировать и отстаивать свою точку зрения относительно выбранных задач в рамках поставленной цели и оптимальных способов их решения; способности внимательно выслушивать своих оппонентов, и не только конструктивно их критиковать, но и при необходимости признавать свои заблуждения и ошибки. Семинар-«дискуссия» используется как метод усиления интереса слушателей к изучаемой проблеме, придания ей большей остроты, актуальности.

- технологию практического занятия-«презентации», которая позволяет студентам отрабатывать навыки в практическом применении теоретических знаний, а также в устной и электронной презентации совершенствовать уровень понимания проблемных вопросов дисциплины и результатов своей учебной и исследовательской работы. В процессе таких занятий студенты более глубоко осознают важность не только содержания и результатов общих знаний дисциплины и исследовательской работы, но способы и формы их подачи (презентации).

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, должен составлять не менее 50% аудиторных занятий.

Виды самостоятельной работы студентов, используемые в рамках дисциплины «Правовое регулирование в PR и рекламе»:

- чтение обязательной и дополнительной литературы;
- изучение и анализ интернет-источников по темам программы дисциплины;
- изучение и анализ кейс-стади;
- подготовка выступлений на семинарских занятиях;
- подготовка электронных презентаций;

4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ИСТОЧНИКИ

(рекомендуется использовать текст закона по состоянию на 1 января 2019 г.)

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 с учетом поправок, внесенных законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ;

2. Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (в ред. от 03.07.2016);

3. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая. № 51-ФЗ от

30.11.1994 (в ред. от 28.03.2017).

4. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая. № 54-ФЗ от 26.01.1996 (в ред. от 28.03.2017)

5. Федеральный закон «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 (в ред. от 28.03.2017)

6. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» № 149-ФЗ от 27.07.2006 (в ред. от 29.12.2016)

7. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях № 195-ФЗ от 30.12.2001 (ред. от 17.04.2017)

8. Уголовный кодекс Российской Федерации № 63-ФЗ от 13.06.1996 (в ред. от 17.04.2017)

а). Основная литература:

1. Бачило И. Л. Информационное право. Учебник для академического бакалавриата - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 419с. - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/informacionnoe-pravo-431119>

2. Богацкая С. Правовое регулирование рекламной деятельности : Учебное пособие / Сбербанк-АСТ. - Москва: Университетская книга, 2020. - 368 с.. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=367508>. URL: <https://znanium.com/cover/1213/1213116.jpg>

3. Дорский А. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью: Учебное пособие / Санкт-Петербургский государственный университет. - СПб : Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2019. - 216 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=353371>. URL: <https://znanium.com/cover/1080/1080941.jpg>

4. Шарков Ф. И. Правовые основы коммуникации: в рекламе, связях с общественностью, журналистике: учебное пособие / Ф. И. Шарков, В. И. Захарова. - Москва : Проспект, 2018. - 224 с.

б). Дополнительная литература:

1. Власенко Н. Язык права: Монография / Российский университет дружбы народов. - Москва: ООО "Юридическое издательство Норма", 2018. - 176 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=155931>. URL: <https://znanium.com/cover/0900/900913.jpg>

2. Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики: [пер. с англ.] /Эм Гриффин; [науч. ред. А. А. Киселева]. – Харьков: Гуманитарный центр, 2015. – 686 с.

3. Косых А. Убеждение в правовом регулировании общественных отношений: Монография / Академия управления Министерства внутренних дел Российской Федерации. - Воронеж : Издательско-полиграфический центр "Научная книга", 2017. - 165 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=315650>. URL: <https://znanium.com/cover/0977/977197.jpg>

4. Давыдова Е. Л. Правовое регулирование рекламной деятельности : [учебное пособие для бакалавров] / Е. Л. Давыдова ; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Российский экономический ун-т им. Г. В. Плеханова" (ФГБОУ ВПО "РЭУ им. Г. В. Плеханова"). - Москва: ФГБОУ ВПО "РЭУ им. Г. В. Плеханова", 2013. - 158 с.

5. E-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование): сборник статей / А. А. Богустов [и др.]. - Москва: Статут, 2019. - 448 с. URL: <https://www.iprbookshop.ru/94594.html>

6. Чернявский А. Г. Юридическая ответственность: Учебное пособие / Военный университет Министерства обороны Российской Федерации. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018. - 545 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=304294>. URL: <https://znanium.com/cover/0917/917905.jpg>

4.2. Базы данных и информационно-справочные системы, в том числе зарубежные

1. Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru>
2. Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/node/5025>
3. Верховный суд РФ [Электронный ресурс]. – URL: www.supcourt.ru
4. Высший Арбитражный суд [Электронный ресурс]. – URL: www.arbitr.ru
5. Государственной Дума РФ : официальный сайт. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.duma.gov.ru>
6. Конституционный Суд РФ [Электронный ресурс]. – URL: www.ksrf.ru
7. Научная библиотека МГУ им. М. В. Ломоносова [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 2000 - . URL: <http://www.lib.msu.ru>
8. Научная библиотека Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Томск, 1998 - . – URL: <http://www.lib.tsu.ru>
9. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 2000. – URL: <http://elibrary.ru>
10. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 1998 - . – URL: <http://cyberleninka.ru>
11. Общественная палата РФ [Электронный ресурс]. – URL: www.oprf.ru
12. Правительство РФ [Электронный ресурс]. – URL: www.government.ru
13. Прокуратура РФ [Электронный ресурс]. – URL: www.genproc.gov.ru
14. Российская Ассоциация маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ramu.ru/ramu-program.php>
15. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 1998 - . – URL: <http://www.rsl.ru>
16. Уполномоченный по правам человека в РФ [Электронный ресурс]. – URL: ombudsmanrf.ru

4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения

№ п\п	Перечень лицензионного программного обеспечения	Тип лицензии	Реквизиты подтверждающего документа
Платное программное обеспечение			
1.	Microsoft Windows 10	Commercial	Лицензия №65802298 от 28.09.2015
2.	Windows Professional 7 Academic Open	Commercial	Лицензия №47729022 от 26.11.2010
3.	Microsoft Office Professional Plus 2013	Commercial	Лицензия №60652892 от 13.07.2012
4.	IBM SPSS Statistics 23	Commercial	Лицензионный договор №20141209-2 от 09.12.2014
5.	Statistica Ultimate Academic for	Commercial	Лицензия с серийным

№ п/п	Перечень лицензионного программного обеспечения	Тип лицензии	Реквизиты подтверждающего документа
	Windows 10 Russian/13 English Сетевая версия (Concurrent User).		номером (SN) JPZ8051382704ARCN100-A от 04.05.2018
Программное обеспечение свободного доступа			
1.	JASP	open-source	GNU v3
2.	7zip File Manager	open-source	GNU v3
3.	Visual Studio Code	open-source	MIT license
4.	Git	open-source	GNU v2.0
5.	R	open-source	GNU v3
6.	RStudio	open-source	GNU v3
7.	Libre Office	freeware	Mozilla Public License Version 2.0
8.	Linux Mint	open-source	GNU
9.	Python	open-source	PSF
10.	Google Chrome	freeware	Proprietary freeware, based on open source components.
11.	Mozilla Firefox	freeware	Mozilla Public License Version 2.0
12.	GIMP	freeware	GNU v3
13.	Inkscape	freeware	GNU v3
14.	Krita	freeware	GNU v3
15.	Blender	freeware	GNU v3
16.	Coursera	freeware	https://www.coursera.org/
17.	Stepik	freeware	https://stepik.org/
18.	Moodle	freeware	https://moodle.tsu.ru/

4.4. Оборудование и технические средства обучения

При освоении данной дисциплины используются:

1. Стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения занятий в обычной и интерактивной формах, в т.ч. компьютерные классы; аудитории, оборудованные проекционным и мультимедийным оборудованием, подключенным к локальной и глобальным учебным информационным сетям

2. На рабочем месте преподавателя должна иметься возможность использования стационарного мультимедийного оборудования, либо возможность использования в любой иной аудитории факультета видеопроектора, ноутбука, переносного экрана.

3. Для качественного обеспечения самостоятельной работы студентов учебная библиотека должна иметь читальный зал.

5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины/модуля

Студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины «Правовое регулирование в PR и рекламе» и методическими разработками по данному курсу, размещенными в электронной системе MOODLE.

Освоение дисциплины предполагает систематическое и последовательное накопление знаний в процессе аудиторных занятий (лекций и практик) и самостоятельной работы студентов. Успешное освоение студентами содержания дисциплины предполагает

знание специфики информационного пространства, актуальной повестки дня и сформированный профессиональный интерес к коммуникационной политике различных социальных субъектов – крупных корпораций (Сбербанк, Ростех, Роскомос, Росатом, Роснефть и др.), органов государственной власти федерального уровня и уровня субъекта РФ (министерства, администрации), органов местного самоуправления, коммерческих и некоммерческих организаций, социальных институтов (церковь, СМИ и др.).

В лекциях освещаются вопросы, формирующие теоретические знания в области информационного права и других отраслей права, для грамотного применения норм права в будущей профессиональной деятельности в сфере PR и рекламы.

Обучающим рекомендуется: написание конспектов лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Активная и осознанная работа на лекциях облегчит студентам подготовку как к семинарам и практическим занятиям, так и к экзамену.

Подготовка к семинарским и практическим занятиям предполагает изучение материалов лекций, а также учебников, пособий, монографий, словарей и т.п. Особое внимание необходимо обратить на изучение электронных ресурсов, позволяющих познакомиться с реальными кейсами коммуникационных проектов (рекламной или PR-кампании / мероприятия), реализованных с учётом аудитории и характера электронно-сетевых интеракций: «Лайкни» (<http://www.likeni.ru>), «Rusability» (<http://rusability.ru>), «Socialair» (<http://socialair.ru>), Cossa.ru (<http://www.cossa.ru>) и др.

Прочитанные разделы и статьи рекомендуется конспектировать, что позволит в дальнейшем использовать материал при написании доклада, разбору кейсов, а также к зачету. Качество освоения материала студентом будет тем выше, чем шире и разнообразнее изученная им литература. На семинарских занятиях полезно в записи вносить дополнения, почерпнутые из ответов других студентов, дополнений и обобщений преподавателя.

Вопросы, вызывающие затруднения при самостоятельной подготовке к семинарам, практикам и экзамену можно выяснить на индивидуальных и групповых консультациях.

При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину:

Окушова Г.А., доцент кафедры социальных коммуникаций,
Лапов А.Е., ассистент кафедры социальных коммуникаций.

7. Язык преподавания: русский.