

Министерство образования Республики Беларусь  
Учебно-методическое объединение по гуманитарному образованию



УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель Министра  
образования Республики Беларусь

*А.И. Жук*  
А.И. Жук

И.О. фамилия

30.05.2012

Дата

Регистрационный № ТД- Е.438/тип.

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КОММУНИКАЦИИ**

**Типовая учебная программа  
для высших учебных заведений по специальности  
1-23 01 07 «Информация и коммуникация (по направлениям)»  
(1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация(технологии коммуникации)»,  
1-23 01 07-02 «Информация и коммуникация (социальные технологии,  
научно-педагогическая деятельность)»)**

**СОГЛАСОВАНО**

Начальник Управления  
электронных СМИ Министерства  
информации Республики Беларусь

*В.И. Ядренцев*  
В. И. Ядренцев

Председатель Учебно-методического объединения  
по гуманитарному образованию

*И. Ключа*  
И. Ключа

**СОГЛАСОВАНО**

Начальник Управления высшего  
и среднего специального образования  
Министерства образования Республики  
Беларусь

*С.И. Романюк*  
С.И.Романюк

30.05.2012

Проректор по учебной и  
воспитательной работе  
Государственного учреждения  
образования «Республиканский  
институт высшей школы»

*В.И. Шупляк*  
В. И. Шупляк

29.03.2012

Эксперт-нормоконтролер

*Н.В. Тарасевич*  
Н.В.Тарасевич

29.03.2012

Минск 2012

**СОСТАВИТЕЛИ:**

*Е. В. Баранова*, профессор кафедры теории и методологии журналистики факультета журналистики Белорусского государственного университета, доктор политических наук, профессор;

*И. Л. Вершок*, доцент кафедры теории и истории государства и права юридического факультета Белорусского государственного университета, кандидат юридических наук;

*С. А. Калинин*, заведующий кафедрой теории и истории государства и права юридического факультета Белорусского государственного университета, кандидат юридических наук, доцент;

*Е. И. Князева*, доцент кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета, кандидат социологических наук.

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

Кафедра теории и истории государства и права Академии управления при Президенте Республики Беларусь (протокол № 12 от 09.06 2011);

Шаршун В.А., заместитель директора Национального центра правовой информации Республики Беларусь Администрации Президента Республики Беларусь, кандидат юридических наук.

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ТИПОВОЙ:**

Кафедрой технологий коммуникации факультета журналистики Белорусского государственного университета (протокол № 11 от 18 мая 2011 г.);

Кафедрой социальной коммуникации факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета (протокол № 12 от 27 мая 2011 г.);

Научно-методическим советом Белорусского государственного университета (протокол № 4 от 31 мая 2011 г.);

Научно-методическим советом по гуманитарным специальностям Учебно-методического объединения по гуманитарному образованию (протокол № 4 от 02 июня 2011 г.)

Научно-методическим советом по группе специальностей «журналистика» Учебно-методического объединения по гуманитарному образованию (протокол № 5 от 17 июня 2011 г.)

Ответственные за редакцию: Е.В. Баранова, И.Л. Вершок, Е.И. Князева

Ответственные за выпуск: Е.В. Баранова, И.Л. Вершок, Е.И. Князева

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Правовое регулирование коммуникации» предназначена для реализации на первой ступени высшего образования. Предметом дисциплины «Правовое регулирование коммуникации» являются основные принципы правового регулирования средств массовой информации и маркетинговых коммуникаций. Типовая учебная программа по дисциплине «Правовое регулирование коммуникации» разработана в соответствии с образовательными стандартами и типовыми учебными планами по специальности 1-23 01 07 «Информация и коммуникация (по направлениям)».

Дисциплина «Правовое регулирование коммуникации» является одной из цикла общепрофессиональных и специальных дисциплин в программе подготовки специалиста по информации и коммуникации и имеет теоретическую и практическую направленность. В ходе изучения данной дисциплины предполагается не только теоретическое осмысление сущностных закономерностей эволюции форм, средств и способов правового регулирования коммуникации в контексте исторического прогресса человечества, но и формирование у студентов навыков работы с различными видами правовых документов.

### **1. Цель и задачи дисциплины «Правовое регулирование коммуникации»**

Главная цель данной дисциплины – дать систематизированные знания о системе правового регулирования коммуникации, объяснить основные теоретические понятия и концепции в сфере правового регулирования коммуникационных процессов, сформировать умения и навыки анализа явлений и процессов в области правового регулирования коммуникации.

#### **Задачи дисциплины:**

- раскрыть основные понятия и категории в сфере правового регулирования коммуникации;
- ознакомить студентов с основными концепциями и теориями – истоками современных представлений о регулировании коммуникационных процессов при помощи права;
- рассмотреть международные правовые документы в сфере регулирования коммуникации;
- изучить основные современные направления правового регулирования средств массовой информации (СМИ) и маркетинга в мировом сообществе;
- определить специфику правового регулирования СМИ и маркетинга в Беларуси.

По завершению изучения дисциплины «Правовое регулирование коммуникации» студент должен **знать**:

- основные понятия и категории в сфере правового регулирования коммуникации;

- основные концепции и теории – истоки современных представлений о регулировании коммуникационных процессов при помощи права;
- международные и национальные правовые документы в сфере регулирования коммуникации;
- основные современные направления правового регулирования процессов коммуникации в мировом сообществе;
- специфику правового регулирования коммуникации в Беларуси;
- порядок оформления и защиты прав на объекты интеллектуальной собственности (товарный знак, рекламный продукт и др.);

**уметь:**

- выполнять самостоятельный анализ правовых явлений и процессов в сфере регулирования коммуникации;
- ориентироваться в международных национальных правовых документах, регулирующих процессы коммуникации в различных сферах социальной практики;
- применять законодательные и этические принципы регулирования коммуникации в своей профессиональной деятельности;
- анализировать нормы законодательства по правовому регулированию коммуникации применительно к отдельным институтам права на коммуникацию;
- оценивать и соотносить по силе нормативные правовые акты международного и национального законодательства по правовому регулированию коммуникации;
- использовать теоретические знания для решения практических вопросов и аргументировано излагать обоснование применения определенной нормы законодательства в сфере правового регулирования коммуникации.

**Место дисциплины** в профессиональной подготовке студентов – для более качественного усвоения дисциплины «Правовое регулирование коммуникации» ее следует читать параллельно или после дисциплин «Политология», «Основы идеологии белорусского государства», «Права человека», «Основы экологии и энергосбережения», «Основы информационных технологий», «Маркетинговые коммуникации».

## **2. Структура содержания учебной дисциплины**

На изучение дисциплины «Правовое регулирование коммуникации» типовым учебным планом отводится всего 206 учебных часов, из них 102 – аудиторных, примерное распределение которых по видам занятий включает 52 лекционных, 50 семинарских часов. Рекомендуемая форма итогового контроля – экзамен.

Содержание учебной дисциплины структурировано по принципу модульного подхода, который предполагает разбивку учебного материала на относительно самостоятельные разделы.

Структура содержания учебной дисциплины: введение, разделы и учебные темы.

### **3. Методы (технологии) обучения**

В целях реализации основных задач дисциплины целесообразно использовать следующие технологии и методы обучения:

- технологии проблемно–модульного обучения;
- технологии проектного обучения;
- коммуникативные технологии;
- игровые технологии;
- метод конкретных ситуаций.

Для управления учебным процессом рекомендуется использовать рейтинговую систему оценивания учебной деятельности студентов, учебно-методические комплексы, вариативные модели управления самостоятельной работой студентов.

### **4. Организация самостоятельной работы студентов**

Самостоятельная работа студентов планируется в рамках учебных часов, отведённых на изучение дисциплины «Правовое регулирование коммуникации».

Самостоятельная работа студентов предусматривает ознакомление с научной, учебной, методической литературой, нормативными документами, написание эссе, подготовку рефератов.

## ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№	Наименование раздела, темы	Кол-во ауд-х часов	
		Лекции	Семинары
	Введение в дисциплину «Правовое регулирование коммуникации». Теоретические основы права и государства. Информация и коммуникация как правовые категории	2	
	<b>Раздел 1. Основы права (32 ауд. ч.)</b>		
1.1.	Основы конституционного права. Конституционно-правовое регулирование информации и коммуникации. Концепция прав человека.	2	2
1.2.	Основы административного права. Управление в сфере информации и коммуникации. Административные правонарушения в области информации и коммуникации	2	2
1.3.	Основы гражданского права. Информация как объект гражданского права	2	2
1.4.	Основы трудового права. Правовое регулирование трудовых отношений в сфере информации и коммуникации	2	2
1.5.	Основы финансового права. Финансовая деятельность государства в сфере информации и коммуникации	2	2
1.6.	Основы правового регулирования природопользования и охраны окружающей среды. Правовое регулирование экологической информации и коммуникации в области природопользования и охраны окружающей среды	2	2
1.7.	Основы уголовного права. Преступления в сфере информации и коммуникации	2	2
1.8.	Основы информационного права. Отдельные институты информационного права	2	2
	<b>Всего часов по разделу:</b>	<b>16</b>	<b>16</b>

	<b>Раздел 2. Правовое регулирование рекламы и маркетинга</b>		
2.1.	Общие положения маркетингового права Республики Беларусь	2	4
2.2.	Правовое обеспечение оборота маркетинговой информации и проведения маркетинговых исследований	2	4
2.3.	Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций	4	4
2.4.	Правовое регулирование товарной политики в маркетинге	2	4
2.5.	Правовое регулирование конкуренции и монополистической деятельности. Защита прав потребителей в области маркетинга	4	4
	<b>Всего часов по разделу:</b>	<b>14</b>	<b>20</b>
	<b>Раздел 3. Правовые основы деятельности средств массовой коммуникации (СМК)</b>		
3.1.	Информационное право. Предмет правового регулирования информационного права Информационно-правовые нормы и информационно-правовые отношения	4	2
3.2.	Коммуникация как социальный феномен, ее субъекты, объекты и содержание. Нормативные теории массовой коммуникации	4	2
3.3.	Законодательство Республики Беларусь о СМИ	4	2
3.4.	Информационно-правовые нормы международных актов и правовые основы свободы слова в Республике Беларусь	2	2
3.5.	Авторское право в журналистике, сфера его распространения и отличительные признаки. Субъекты и объекты авторского права	2	2
3.6.	Издательская и полиграфическая деятельность. Понятие лицензирования. Процедура получения лицензии и ответственность лицензиата	2	2
3.7.	Защита чести, достоинства и деловой репутации. Способы защиты нематериальных благ.	2	2
	<b>Всего часов по разделу:</b>	<b>20</b>	<b>14</b>
	<b>Всего часов по курсу:</b>	<b>52</b>	<b>50</b>

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### **Введение в дисциплину «Правовое регулирование коммуникации». Теоретические основы права и государства. Информация и коммуникация как правовые категории**

#### *Раздел 1. ОСНОВЫ ПРАВА*

Право в системе социального регулирования. Право: понятие, сущность и происхождение. Норма права. Правоотношение. Юридический факт. Источники права Республики Беларусь. Действие нормативных правовых актов во времени, в пространстве и по кругу лиц. Система права Республики Беларусь. Правотворчество. Реализация и применение права. Правонарушение и юридическая ответственность.

Государство: понятие, сущность и происхождение. Формы государства. Взаимодействие государства и права. Основы концепции правового государства, прав человека и разделения властей.

Коммуникативный подход как один из вариантов интегративного правопонимания. Коммуникативный подход к сущности права и государства. Коммуникативные (социопсихические и социокультурные) условия возникновения права. Право как психосоциокультурная коммуникативная система.

Понимание государства как единого с обществом социокультурного и духовного феномена. Значение информации в процессе коммуникации. Понятие, классификация и функции информации.

Информационное обеспечение правотворческой деятельности и реализации права. Роль информации и коммуникации в процессе правоприменительной деятельности. Информация и коммуникации в процессе формирования правового сознания и правовой культуры населения.

#### **Тема 1.1. Основы конституционного права. Конституционно-правовое регулирование информации и коммуникации. Концепция прав человека**

Понятие конституционного права. Понятие и сущность Конституции Республики Беларусь. Основы конституционного строя Республики Беларусь. Гражданство Республики Беларусь. Правовой статус личности в Республике Беларусь. Основные права и свободы человека и гражданина. Обязанности граждан. Право граждан на обращение. Концепция прав человека. Право на информацию. Проблема реализации свободы слова в истории человечества.

Политическая система общества. Избирательная система. Референдум (народное голосование). Избирательный кодекс Республики Беларусь. Президент Республики Беларусь. Конституционные основы государственных

органов. Местное управление и самоуправление. Коммуникация и информация в политической системе общества.

**Тема 1.2. Основы административного права. Управление в сфере информации и коммуникации. Административные правонарушения в области информации и коммуникации**

Понятие административного права. Государственное управление: понятие, принципы, функции и система. Государственная служба. Поступление, прохождение и прекращение государственной службы.

Управление в сфере информации и коммуникации.

Административное правонарушение и административная ответственность. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях. Процессуально-исполнительный кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях. Понятие, признаки и состав административных правонарушений. Административные взыскания: понятие и виды. Освобождение от административной ответственности. Административная ответственность за отдельные виды правонарушений. Основы административного процесса.

Административные правонарушения в области информации и коммуникации.

**Тема 1.3. Основы гражданского права. Информация как объект гражданского права**

Понятие гражданского права. Гражданский кодекс Республики Беларусь. Субъекты гражданского права (граждане (физические лица), юридические лица, государство): понятие, признаки и виды. Индивидуальный предприниматель как субъект гражданского права. Гражданская правоспособность и дееспособность. Ограничение дееспособности физических лиц. Признание физического лица безвестно отсутствующим. Объявление физического лица умершим. Виды юридических лиц в Республике Беларусь. Филиалы и представительства юридического лица.

Объекты гражданских прав. Информация как объект гражданского права. Основания возникновения гражданских прав и обязанностей. Гражданско-правовые сделки. Представительство. Доверенность. Исковая давность. Право собственности и другие вещные права. Защита гражданских прав. Общие положения об обязательствах (понятие, виды, стороны, исполнение, обеспечение исполнения, прекращение). Гражданско-правовая ответственность. Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальная собственность). Общие положения о наследовании. Информация и коммуникация при совершении гражданско-правовых сделок.

#### **Тема 1.4. Основы трудового права. Правовое регулирование трудовых отношений в сфере информации и коммуникации**

Понятие трудового права. Трудовой кодекс Республики Беларусь. Коллективный договор (соглашение). Понятие, стороны и содержание трудового договора. Заключение трудового договора. Контракт (понятие, условия заключения и прекращения). Расторжение срочного трудового договора по требованию работника и по инициативе нанимателя. Рабочее время (понятие и режим). Трудовые и социальные отпуска. Трудовая дисциплина. Обязанности работников и нанимателей. Заработная плата (понятие, основные формы). Дисциплинарная ответственность работников. Охрана труда. Индивидуальные трудовые споры. Особенности регулирования труда отдельных категорий работников.

Правовое регулирование трудовых отношений в сфере информации и коммуникации.

Надзор и контроль за соблюдением законодательства о труде. Ответственность за нарушения законодательства о труде. Трудовой стаж и его виды. Пенсии и их виды. Гарантии и компенсации работникам.

#### **Тема 1.5. Основы финансового права. Финансовая деятельность государства в сфере информации и коммуникации**

Понятие финансового права. Финансово-кредитная система Республики Беларусь. Бюджетное устройство и бюджетная система Республики Беларусь. Понятие и назначение бюджета. Государственные доходы и их источники.

Финансовая деятельность государства в сфере информации и коммуникации.

Налоговый кодекс Республики Беларусь. Налоги и обязательные неналоговые платежи (сборы, пошлины). Государственные займы. Основные направления расходования государственных финансовых ресурсов. Правовые основы денежного обращения и валютных операций в Республике Беларусь.

#### **Тема 1.6. Основы правового регулирования природопользования и охраны окружающей среды. Правовое регулирование экологической информации и коммуникации в области природопользования и охраны окружающей среды**

Понятие экологического права. Концепция государственной политики Республики Беларусь. Экологические права граждан Республики Беларусь. Право собственности на компоненты природной среды. Понятие и виды права природопользования. Государственное управление в области природопользования и охраны окружающей среды. Правовое регулирование использования и охраны компонентов природной среды и природных объектов (земель, недр, вод, лесов, растительного и животного мира, атмосферного воздуха, озонового слоя и климата). Правовые формы

использования земель: право частной собственности на землю; право пожизненного наследуемого землевладения; право землепользования; сервитут; аренда, концессия. Ответственность в области охраны окружающей среды и природопользования: дисциплинарная, административная, уголовная, гражданско-правовая (материальная).

Правовое регулирование экологической информации коммуникации в области природопользования и охраны окружающей среды.

### **Тема 1.7. Основы уголовного права. Преступления в сфере информации и коммуникации**

Понятие уголовного права. Уголовный кодекс Республики Беларусь. Понятие, признаки и состав преступления. Обстоятельства, исключающие преступность деяния. Соучастие в преступлении. Уголовная ответственность: понятие и содержание. Цели уголовной ответственности. Наказание: понятие, признаки и система. Освобождение от уголовной ответственности и наказания. Погашение и снятие судимости. Принудительные меры безопасности и лечения. Особенности уголовной ответственности лиц, совершивших преступления в возрасте до восемнадцати лет. Отдельные виды преступлений. Коррупционные преступления. Преступления в сфере информации и коммуникации.

### **Тема 1.8. Основы информационного права. Отдельные институты информационного права**

Правовое регулирование информационных отношений. Информационные правоотношения. Законодательство Республики Беларусь в сфере регулирования сбора, производства, обработки, оформления, накопления, хранения, актуализации, предоставления и получения информации для обеспечения процессов коммуникации. Международно-правовые акты в сфере регулирования сбора, производства, обработки, оформления, накопления, хранения, актуализации, предоставления и получения информации для обеспечения процессов коммуникации. Правоотношения по сбору, производству, обработке, оформлению, накоплению, хранению, актуализации, предоставлению и получению информации для обеспечения процессов коммуникации (информационные правоотношения).

Физические и юридические лица, объединения этих лиц, органы государства и межгосударственные образования как субъекты информационных правоотношений.

Виды объектов информационных правоотношений (устная, печатно-графическая, телеграфно-телефонная, радио-, телевизионная, компьютерная и иная информация).

Общедоступная информация и информация ограниченного доступа (информация, составляющая государственные и служебные секреты, коммерческую тайну, личную информацию).

Права и обязанности субъектов правоотношений по поводу сбора, производства, обработки, оформления, накопления, хранения, актуализации, предоставления и получения информации для обеспечения процессов коммуникации.

## **Раздел 2. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА**

### **Тема 2.1. Общие положения маркетингового права Республики Беларусь**

Основные этапы становления и развития маркетинга. Эволюция маркетинга в Беларуси. Современный этап развития маркетинговой деятельности в Беларуси. Маркетинг как объект правового регулирования. Предпосылки становления и тенденции развития маркетингового права Беларуси. Концепция маркетингового права как специализированной комплексной отрасли права. Предмет, метод и система маркетингового права. Принципы правового регулирования маркетинга. Место маркетингового права в системе белорусского права. Маркетинговое право как область правовой науки.

Источники маркетингового права Беларуси. Понятие и состав источников маркетингового права. Виды нормативно-правовых актов, регулирующих отношения в сфере маркетинговой деятельности. Законы и подзаконные акты. Ведомственные правовые акты. Корпоративные (локальные) акты. Проблемы локального регулирования маркетинга на белорусских предприятиях. Обычай делового оборота как источник маркетингового права. Примерные правила. Деловые обыкновения.

Действие источников маркетингового права. Порядок применения норм, регулирующих маркетинговую деятельность. Роль судебной практики в правовом регулировании отношений в сфере маркетинговой деятельности. Развитие правового поля маркетинговой деятельности в Беларуси. Проблемы совершенствования маркетингового законодательства.

### **Тема 2.2. Правовое обеспечение оборота маркетинговой информации и проведения маркетинговых исследований**

Основные понятия в области правового регулирования получения, использования и распространения маркетинговой информации. Правовые основы информационных ресурсов в сфере современного маркетинга. Порядок документирования информации. Право собственности на информационные ресурсы. Категории информации по уровню доступа к ней. Порядок пользования информационными ресурсами.

Регулирование маркетинговых исследований на национальном и международном уровнях. Правовые формы информационного обеспечения маркетинговой деятельности. Договор на проведение маркетинговых

исследований и его специфика. Договор на оказание информационных услуг. Договор о подписке на материалы информационных агентств. Соглашение о неразглашении конфиденциальной информации фирмы. Форма и содержание указанных договоров, порядок их заключения, исполнения и прекращения. Маркетинговая информация как объект авторского права. Программы для персональных компьютеров и базы данных в маркетинговых информационных системах как объекты исключительных прав. Маркетинговая информация как объект патентного права.

Понятие, признаки и специфика маркетинговых коммуникаций. Структура маркетинговых коммуникаций. Общая характеристика субъектов маркетинговых коммуникаций. Объекты правоотношений, возникающих в процессе организации маркетинговых коммуникаций. Содержание маркетинговых правоотношений. Основания возникновения маркетинговых правоотношений. Система юридических фактов.

### **Тема 2.3. Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций**

Законодательство о рекламной деятельности. Правовое положение участников рекламной деятельности. Современные нормативно-правовые требования к рекламе. Понятие и виды ненадлежащей рекламы: недобросовестная реклама; недостоверная реклама; неэтичная реклама; заведомо ложная реклама. Запрет сравнительной рекламы. Скрытая реклама. Особенности рекламы в радио- и телепрограммах. Ограничения на рекламу алкогольных и табачных изделий, наркотических препаратов, медикаментов и медицинских услуг. Ответственность за ненадлежащую рекламу. Саморегулирование рекламной деятельности. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Права потребителей. Степень ответственности СМИ за содержание распространяемых рекламных сообщений. Контрреклама. Защита интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы. Квоты для социальной рекламы. Рекламные издания и телеканалы. Спонсорство, соотношение понятий «спонсорство» и «реклама». Судебная практика.

Правовое регулирование связей с общественностью (PR). Правовое регулирование мероприятий по стимулированию продаж. Правовое регулирование продвижения продукции на ярмарках и выставках. Государственный контроль в сфере маркетинговых коммуникаций. Международные правила в области маркетинговых коммуникаций.

### **Тема 2.4. Правовое регулирование товарной политики в маркетинге**

Правовая природа товара в системе маркетинга. Правовая охрана товарного знака, знака обслуживания и наименования места происхождения товара. Правовые аспекты упаковки и маркировки. Правовое регулирование сервиса. Правовое обеспечение сертификации продукции. Правовое регулирование стандартизации в Беларуси. Правовые вопросы товарного

ассортимента. Правовые вопросы позиционирования товара. Правовое регулирование маркетинга услуг.

Правовое регулирование ценовой политики в маркетинге. Система государственного регулирования цен. Правовая регламентация свободных рыночных цен. Юридическая ответственность за нарушение государственной дисциплины цен. Правовое обеспечение сбытовой политики в маркетинге. Правовой статус посредников в канале товародвижения. Договор поручения в сфере товародвижения. Комиссия и консигнация как договоры посреднических услуг. Правовое регулирование агентирования как способа взаимодействия звеньев канала товародвижения. Договор комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), как форма производственно-связанной системы сбыта товаров и услуг. Договор купли-продажи как юридическая форма реализации товаров в маркетинге. Правовое регулирование реализации товаров, работ, услуг на торгах. Особенности регулирования биржевого маркетинга. Правовое обслуживание лизинга как метода сбыта готовой продукции в маркетинге.

### **Тема 2.5. Правовое регулирование конкуренции и монополистической деятельности. Защита прав потребителей в области маркетинга**

Белорусское конкурентное законодательство. Субъекты и основные понятия конкурентного законодательства. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта на рынке. Монополистическая деятельность и недобросовестная конкуренция в свете белорусского законодательства. Методы антимонопольного регулирования. Правовое регулирование естественных монополий. Государственный контроль в сфере конкуренции и монополистической деятельности. Ответственность за нарушение белорусского антимонопольного законодательства. Особенности зарубежного антимонопольного законодательства.

Правовое регулирование защиты прав потребителей в области маркетинга. законодательство о защите прав потребителей. Права потребителя. Способы защиты прав потребителей при продаже товаров. Меры по защите прав потребителей в маркетинге услуг. Государственная и общественная защита прав потребителей. Ответственность за нарушения прав потребителей.

### **Раздел 3. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ (СМК)**

#### **Тема 3.1. Информационное право. Предмет правового регулирования информационного права Информационно-правовые нормы и информационно-правовые отношения**

Понятие информационного права. Предмет правового регулирования информационного права. Метод правового регулирования. Интерактивные методы регулирования правовых отношений.

Информация как объект правового регулирования. Субъект информационного права. Субъект общественных отношений в информационной сфере. Система информационного права.

Информационно-правовые нормы и информационно-правовые отношения. Понятие и основная классификация информационно-правовых норм. Содержание информационно-правовых отношений. Информационная правосубъектность. Классификация информационных правоотношений.

Понятие информации и информационной среды. Информация как основной объект, по образу которого или в связи с которым возникают общественные отношения, подлежащие правовому регулированию. Универсальные признаки информации: неисчерпаемость, преемственность, селективность, универсальность, трансформируемость. Юридические свойства информации, вытекающие из ее универсальных признаков. Основные классификации информации. Роль информации в правовой системе нормативно-правовой системы. Нормативно-правовая информация.

#### **Тема 3.2. Коммуникация как социальный феномен, ее субъекты, объекты и содержание. Нормативные теории массовой коммуникации**

Понятие и составляющие коммуникации. Коммуникация как форма деятельности, в обязательном случае имеющая адресата и ориентированная на его восприятие.

Базовые составляющие социальной коммуникации: социальная структура общества, коммуникационные системы, каналы и средства коммуникации.

Основные условия функционирования массовой коммуникации: массовая аудитория, социальная значимость массовой коммуникации как целостной системы. Основные функции массовой коммуникации: информационная, образовательная, функция критики и контроля, мобилизационная функция, функция формирования общественного мнения.

Общественное мнение и социальный контроль. Общественное мнение и законотворческая деятельность. Объективно складывающиеся социальные нормы и нормы законодательства.

Нормативные теории массовой коммуникации. Теоретические модели СМК.

### **Тема 3.3. Законодательство Республики Беларусь о СМИ**

Закон о СМИ. Учреждение и организация средств массовой информации. Распространение массовой информации. Отношение СМИ и СМК с гражданскими организациями. Права и обязанности журналиста.

Правовое обеспечение деятельности СМИ в период избирательных кампаний. Конституционные способы открытости и гласности подготовки к выборам. Правовое обеспечение равных возможностей для предвыборных выступлений в СМИ кандидатам в Президенты Республики Беларусь, кандидатам в депутаты Палату представителей Национального собрания Республики Беларусь, в депутаты местных советов. Правовое обеспечение взаимодействия СМИ и СМК с институтами представительной и законодательной власти. Совершенствование информационного сопровождения реализации законодательства Республики Беларусь

Правовые основы веб-журналистики. Защита интеллектуальной собственности. Борьба против противоправного поведения в сети. Защита личности и данных о частной собственности. Коммерческая тайна.

Обеспечение объективности и действенности критических выступлений СМИ. Нормативно-правовая база развития информационного пространства Республики Беларусь. Организация системного взаимодействия судебной власти и СМК.

Ответственность за нарушение законодательства в средствах массовой информации. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о СМИ – гарантия свободного выражения мнения. Государственные меры по контролю за деятельностью СМИ. Ответственность редакции за действия своих сотрудников. Основные виды ответственности за нарушение законодательства о СМИ.

### **Тема 3.4. Информационно-правовые нормы международных актов и правовые основы свободы слова в Республике Беларусь**

Информационное общество и международное законодательство. Необходимость становления правовой базы информационного общества. Информационная безопасность как правовая защищенность информационной среды. Доступ к информации. Государственная и иная охраняемая законом тайна. Информационные свободы и права во Всеобщей декларации прав человека. Свобода и ответственность. Международный пакт о гражданских и политических правах: обязанности и ответственность за пользование правом на свободное выражение своего мнения. Законы, традиции и навыки как основы свободы слова. Конституционное закрепление свободы слова в Республике Беларусь. Законодательные акты, корреспондирующие с положениями Конституции Республики Беларусь, закрепляющими свободу слова. Запрещение цензуры Конституцией Республики Беларусь. Основания и условия для ограничения свободы слова.

### **Тема 3.5. Авторское право в журналистике, сфера его распространения и отличительные признаки. Субъекты и объекты авторского права**

Сфера распространения авторского права. Отличительные признаки объектов авторского права. Новизна произведения как признак творческой деятельности.

Объективные формы существования творческого замысла: письменная, устная, изображение. Журналистские материалы как объект авторского права. Особенности содержания авторского права в интервью, письмах в редакцию. Авторское право на служебные произведения. Субъекты авторского права. Понятие субъектов авторского права. Понятие соавторства. Понятие перехода авторского права по наследству.

Личные неимущественные права: право признаваться автором произведения, право использовать или разрешать использовать произведение под подлинным именем автора, псевдонимом или без обозначения имени, право на защиту репутации, право на обнародовании.

Использованные права автора: воспроизведение произведения; распространение оригиналов или экземпляров произведения; прокат оригиналов; импорт экземпляров произведения; публичный показ оригинала или экземпляра произведения; публичное исполнение произведения; передача произведения в эфир; перевод произведения на другой язык; переделка или переработка произведения.

Ограничение имущественных прав. Срок охраны авторского права. Передача имущественного права. Юридическая ответственность за нарушение авторского права.

### **Тема 3.6. Издательская и полиграфическая деятельность. Понятие лицензирования. Процедура получения лицензии и ответственность лицензиата**

Издательская деятельность как действия направленные на редакционно-издательскую подготовку и получение полиграфически оформленного тиража (или части тиража) издания (издательской продукции), которое имеет установленные выходные сведения и предназначено для передачи информации.

Содержание редакционно-издательской подготовки. Виды изданий по целевому назначению.

Понятие ведомственной литературы. Виды ведомственной литературы.

Лицензии для занятия издательской деятельностью. Радиус действия и сроки действия лицензий.

Лицензионные требования и условия. Соискатель лицензии. Порядок проведения аттестации и формирования состава аттестационной комиссии по выдаче лицензий.

Процедура получения лицензии, ответственность лицензиата.

Полиграфическая деятельность как многократное репродуцирование одинаковых копий иллюстраций, букв, знаков, рисунков и способов печатного размножения текста, иллюстраций и другого в виде книг, журналов, брошюр, газет, буклетов, плакатов, афиш, географических карт, марок и др.

Способы печатания: высокий, офсетный, глубокий, флексографический, шелкотрафаретный, ризографический, металлографический, цифровой.

Порядок получения лицензии на полиграфическую деятельность. Требования и условия, предъявляемые к соискателю лицензии и лицензиату. Ответственность лицензиата.

### **Тема 3.7. Защита чести, достоинства и деловой репутации. Способы защиты нематериальных благ**

Право на защиту чести и достоинства как конституционное право человека. Международные нормы, гарантирующие право на защиту чести и достоинства.

Гарантии защиты, чести и достоинства в гражданском законодательстве Республики Беларусь.

Честь, достоинство, деловая репутация – нематериальные блага. Понятие нематериальных благ. Особенности защиты нематериальных благ.

Философское «общее» и «особенное» в понятиях «честь, достоинство, престиж, доброе имя». Понятие «деловая репутация».

Сложность категории дел о защите чести и достоинства. Работа с информацией в журналистской практической деятельности. Мнение и факт.

Внесудебный порядок разрешения спора как наиболее эффективный в разрешении спора между СМИ и читателем.

Судебный порядок рассмотрения спора. Ответчики по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации. Освобождение от ответственности. Компенсация морального вреда и размещение материального вреда.

Уголовно-правовой способ защиты чести и достоинства. Состав оскорбления и клеветы. Уголовно-процессуальные особенности дел о клевете и оскорблении.

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ:

### Литература:

#### Основная

1. Алексеев, С.В. Правовое регулирование маркетинговой деятельности / С. В. Алексеев, под ред. Н. Д. Эриашвили – М.: СПАРК, 2003. – 463 с.
2. Балашенко, С.А. Основы права: учеб. пособие / С.А. Балашенко, Г.А. Василевич; под общ. ред. В.А. Витушко. – Минск: Молодежное научное общество, 2002. – 431
3. Белорусская юридическая энциклопедия: в 4 т. Т. 1, 2 / БГУ, Юрид. ф-т.; редкол.: С. А. Балашенко [и др.]. – Минск: ГИУСТ БГУ, 2007, 2009.
4. Белявский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учеб. пособие. / И. К. Белявский – М.: Финансы и статистика, 2001. – 320 с.
5. Городов, О.А. Информационное право: учебник / О. А. Городов – М.: Инфра-М, 2009. – 256 с.
6. Довнар, Н.Н. Правовые основы журналистики / Н.Н. Довнар. – Минск: БГУ, 2005. – 189 с.
7. Дробязко, С.Г. Общая теория права: учеб. пособие для вузов / С.Г. Дробязко, В.С. Козлов. – Минск: Амалфея, 2009. – 287 с.
8. Кеник, К.И. Основы права: практикум / К.И. Кеник. – Минск: Амалфея, 2007. – 127 с.
9. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.). – Минск: Амалфея, 2005.
10. Лосев, С.С. Авторское право. Национальное и международное законодательство / С.С. Лосев. – Минск: Ураджай, 2007. – 143 с.
11. Рассолов, И.М. Интернет и право / И.М. Рассолов. – М.: ЮНИТИДАНА, 2004. – 210 с.
12. Рихтер, А.Г. Правовые основы журналистики: учебник / А.Г. Рихтер. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2005. – 352 с.
13. Тычко, Г. К. Правы чалавека і сродкі масавай інфармацыі: вучэб.-метад. комплекс для студэнтаў Інстытута журналістыкі / Г. К. Тычко. – Мінск : БДУ, 2008. – 90 с.

#### Дополнительная

1. Алексеев, С. В. Маркетинговое право. Учебник для вузов. / С.В. Алексеев – М.: Издательство НОРМА, 2002. – 308 с.
2. Аметистов, Э.М., Клинова, Е.В., Манов, Б.Г. Обеспечение прав и свобод человека в международном праве. Сборник обзоров / Э.М. Аметистов, Е.В. Клинова, Б.Г. Манов, – М.: ИНИОН, 1987. – 208 с.

3. Дойников, И.В. Предпринимательское (хозяйственное) право: Учебно-методическое пособие. / И. В. Дойников – М.: ПРИОР, 2000. – 128 с.
4. Дорский, А.Ю. Правовое обеспечение PR / А. Дорский. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер : Питер принт, 2005. – 208 с.
5. Законы и практика СМИ в одиннадцати демократиях мира : Сравн. анализ : / Фонд защиты гласности. – М. : Права человека, 1997. – 230 с.
6. Землянова, Л. Медиа и политика в переходный период / Л. Землянова // Вест. Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. – 1998. – № 5. – С. 45-62.
7. Карелина, М. М. Есть ли у Интернета правовые проблемы? / М. М. Карелина // Законодательство и практика средств массовой информации. – 1996. – № 12. – С. 32-48.
8. Коваль, И.Н. Книгоиздание. Обзор законодательства, проблемы / И.Н. Коваль // Законодательные основы издательской и полиграфической деятельности. – Мн.: Бел. навука, 1999. – 106 с.
9. Конституционное право Республики Беларусь: в понятиях и схемах. Учебное пособие / Под. общ. ред. Чигринова С.П., Подупейко А.А., Конашевича И.А. – Мн.: Медисонт – 2002. – 321 с.
10. Компьютерная преступность и информационная безопасность / Под общ. ред. А.П. Леонова. – Мн: АРИЛ, 2000. – 87 с.
11. Коммерческое (торговое) право: Учебник / Под. ред. Ю. Е. Булатецкого, В. А. Язева. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2002. – 968 с.
12. Коуз, Р. Фирма, рынок и прав / Р. Коуз, Пер. с англ. Б. Пискнер. – М.: Новое издательство, 2007. – 224 с.
13. Круглова, Н.Ю. Коммерческое право: учебник / Н. Ю. Круглова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт , 2011. – 748 с.
14. Лапина, М.А. Информационное право: учеб. пособие / М.А. Лапина, В.И. Лапин, А. Г. Ревин // Под ред. И.Ш. Киясханова. – М.: Юнити-Дана, 2004. – 335 с.
15. Международно-правовые документы в области средств массовой информации / сост. Н.Н. Довнар. – Мн: Медисонт, 1999. – 202 с.
16. Мелюхин, И.С Интернет и правовое регулирование / И. С. Мелюхин // Законодательство и практика средств массовой информации. – 1996. – № 12. – С.12-19.
17. Назаров, М.Н. Массовая коммуникация и общество / М.Н. Назаров. – М.: : Авантиплюс, 2004. – 428 с.
18. Основы права: учебник / Г.А. Василевич [и др.]; под общ. ред. Г.Б. Шишко. – Минск: Амалфея, 2009. – 437 с.
19. Основы права: учебник / Л.М. Рябцев [и др.]; под общ. ред. Л.М. Рябцева. – Минск: Интегралполиграф, 2008. – 321 с.
20. О средствах массовой информации // Нац. Реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2008. – № 196 – 2/1524.
21. Петров, Я. Ограничения на рекламу в странах Запада / Я. Петров, К. Мазец // Законодательство и практика средств массовой информации. – 1995. – № 10. – С. 34-48.

22. Понятия чести, достоинства и деловой репутации: спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами. – Изд. 2-е, перераб. и доп. / под ред. А.К. Симонова и М.В. Горбаневского. – М.: Медия, 2004. – 328 с.
23. Правовая поддержка рекламы и защита интеллектуальной собственности: сборник. / Сост. И.Г. Шабинский; под ред. А.А. Гольцבלата – М.: Альпина Бизне Букс, 2007. – 117 с.
24. Регулирование и саморегулирование СМИ на постсоветском пространстве: материалы семинара Междунар. Летней школы по медиаправу. Минск 25-27 мая 2009 г. / сост. Н.Н. Довнар. – Минск : БГУ, 2009. – 256 с.
25. Стражнецкий, В. Интеллектуальная собственность в Интернет: проблемы судебно-арбитражной политики / В. Стражнецкий // Авторское право и смежные права. – 2003. – №5 – С.56–72.
26. Тихоненко, Т.П. Государственное регулирование рекламного бизнеса / Т.П. Тихоненко, В.С. Зеньков, А.С. Дурасов. – Мн.: Экоперспектива, 2003. – 174 с.
27. Тихоненко, Т. П. Альтернативы запрета рекламы табачных изделий / Т. П. Тихоненко // Предпринимательство в Белоруссии. – 2000. – №27. – С.35-36.
28. Тихоненко, Т. П. Подходы к регулированию рекламы товаров и услуг, оказывающих воздействие на здоровье граждан. Оценка достоверности рекламы / Т. П. Тихоненко // Предпринимательство Беларуси. – 1999. – №7. – С.20-21.
29. Титов, Р. В. Реклама: вопросы терминологии / Р. В. Титов // Мировая экономика и международные отношения. – 1996. – №12 – С.135–141.

**ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ:**

1. Право: понятие, сущность и происхождение.
2. Источники права Республики Беларусь. Действие нормативных правовых актов во времени, в пространстве и по кругу лиц.
3. Система права Республики Беларусь. Правотворчество. Реализация и применение права.
4. Основы концепции правового государства, прав человека и разделения властей.
5. Коммуникативный подход как один из вариантов интегративного правопонимания.
6. Информационное обеспечение правотворческой деятельности и реализации права.
7. Понятие конституционного права. Понятие и сущность Конституции Республики Беларусь.
8. Избирательная система. Референдум (народное голосование). Избирательный кодекс Республики Беларусь.
9. Понятие административного права. Государственное управление: понятие, принципы, функции и система.
10. Административное правонарушение и административная ответственность.
11. Административные взыскания: понятие и виды. Административные правонарушения в области информации и коммуникации.
12. Виды юридических лиц в Республике Беларусь. Филиалы и представительства юридического лица.
13. Информация как объект гражданского права.
14. Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальная собственность).
15. Трудовой кодекс Республики Беларусь. Коллективный договор (соглашение).
16. Правовое регулирование трудовых отношений в сфере информации и коммуникации.
17. Понятие финансового права. Финансово-кредитная система Республики Беларусь.
18. Налоговый кодекс Республики Беларусь. Налоги и обязательные неналоговые платежи (сборы, пошлины).
19. Понятие экологического права. Экологические права граждан Республики Беларусь. Правовое регулирование экологической информации коммуникации в области природопользования и охраны окружающей среды.
20. Понятие уголовного права. Уголовный кодекс Республики Беларусь. Преступления в сфере информации и коммуникации.
21. Правовое регулирование информационных отношений. Законодательство Республики Беларусь в сфере регулирования сбора,

- производства, обработки, оформления, накопления, хранения, информации.
22. Виды объектов информационных правоотношений (устная, печатно-графическая, телеграфно-телефонная, радио-, телевизионная, компьютерная и иная информация).
  23. Общедоступная информация и информация ограниченного доступа (информация, составляющая государственные и служебные секреты, коммерческую тайну, личную информацию).
  24. Права и обязанности субъектов правоотношений по поводу сбора, производства, обработки, оформления, накопления, хранения, актуализации, предоставления и получения информации для обеспечения процессов коммуникации.
  25. Правовое регулирование общественных отношений в сфере маркетинга, его предмет и методы.
  26. Принципы правового регулирования общественных отношений в сфере маркетинга: свободной экономической деятельности, государственного регулирования рыночных отношений, единого экономического пространства.
  27. Принципы правового регулирования общественных отношений в сфере маркетинга: многообразие форм собственности, поддержки добросовестной конкуренции, свободы маркетингового договора, приоритета прав и запросов потребителей.
  28. Правоотношения в сфере маркетинга: понятие, виды, характерные черты.
  29. Правоотношения в сфере маркетинга: понятие и структура.
  30. Общие положения о маркетинговых коммуникациях.
  31. Международные нормы и правила в области маркетинговых коммуникаций.
  32. Основные требования к рекламе, установленные в Международном кодексе рекламной практики.
  33. Правовое регулирование общественных отношений в рекламной сфере.
  34. Правовое положение участников рекламной деятельности.
  35. Государственное управление в области рекламы.
  36. Понятие и виды ненадлежащей рекламы.
  37. Правовые последствия использования ненадлежащей рекламы.
  38. Правовое регулирование Public relations.
  39. Деловая репутация юридического лица. Юридическая ответственность за распространение сведений, порочащих деловую репутацию.
  40. Правовое регулирование продвижения продукции на ярмарках и выставках.
  41. Правовая охрана товарного знака.
  42. Порядок регистрации прав на товарный знак.
  43. Правовое регулирование передачи товарного знака.

44. Юридическая ответственность за незаконное использование товарного знака.
45. Наименование места происхождения товара: понятие, признаки.
46. Порядок регистрации наименования места происхождения товара.
47. Упаковка в маркетинговом и правовом аспектах.
48. Особенности правового регулирования многооборотной тары и средств пакетирования.
49. Конкурентоспособность товара: понятие, социально-правовые требования.
50. Правовое регулирование безопасности товара.
51. Гарантия качества товара как показатель его конкурентоспособности.
52. Понятие и правовое обеспечение сертификации продукции.
53. Понятие стандартизации и ее правовое регулирование.
54. Юридическая ответственность в сфере стандартизации и сертификации.
55. Правовые аспекты позиционирования и товарного ассортимента.
56. Правовые положения о сроках поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг как факторах их конкурентоспособности
57. Понятие информационного пространства
58. Субъекты, объекты и содержание коммуникации
59. Информационное общество и международное законодательство
60. Информационная безопасность как правовая защищенность информационной среды
61. Учреждение и организация средств массовой информации в Республике Беларусь
62. Распространение средств массовой информации в Республике Беларусь
63. Отношение СМИ и СМК с гражданскими организациями
64. Права и обязанности журналиста
65. Правовое обеспечение СМИ в период избирательных кампаний
66. Правовые основы пользования глобальной сетью "Интернет"
67. Государственная система правовой информатизации
68. Субъекты и объекты авторского права
69. Процедура получения лицензии и ответственность лицензианта
70. Юридическая значимость точного определения понятий в делах о защите чести и достоинства

## Диагностика результатов учебной деятельности студентов

### 1. Требования к осуществлению диагностики

- определение объекта диагностики;
- выявление факта учебных достижений студента с помощью критериально-ориентированных тестов и других средств диагностики;
- измерение степени соответствия учебных достижений студента требованиям образовательного стандарта;
- оценивание результатов выявления и измерения соответствия учебных достижений студента требованиям образовательного стандарта (с помощью шкалы оценок).

### 2. Критерии оценки знаний и компетенций студентов

Оценка учебных достижений студента производится по десятибалльной шкале:

**10 баллов** – систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам дисциплины, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы; полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины, основных нормативных документов; творческая самостоятельная работа на практических занятиях, активное участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

**9 баллов** – систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы; практически полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины, основных нормативных документов, самостоятельная работа на практических занятиях, участие в групповых обсуждениях, достаточно высокий уровень культуры исполнения заданий.

**8 баллов** – систематизированные, глубокие знания по всем поставленным вопросам в объеме учебной программы, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы; усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины, основных нормативных документов; самостоятельная работа на практических занятиях, систематическое участие в групповых обсуждениях, хороший уровень культуры исполнения заданий.

**7 баллов** – систематизированные знания по всем поставленным вопросам в объеме учебной программы, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы; усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины, основных нормативных документов; самостоятельная работа на практических занятиях, систематическое участие в групповых обсуждениях, хороший уровень культуры исполнения заданий.

**6 баллов** – достаточно систематизированные знания по всем поставленным вопросам в объеме учебной программы, стилистически

грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы; усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины, основных нормативных документов; самостоятельная работа на практических занятиях, периодическое участие в групповых обсуждениях, средний уровень культуры исполнения заданий.

5 баллов – достаточные знания в объеме учебной программы, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы; усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины, основных нормативных документов; самостоятельная работа на практических занятиях, периодическое участие в групповых обсуждениях, средний уровень культуры исполнения заданий.

4 балла (ЗАЧТЕНО) – достаточный объем знаний в рамках учебной программы дисциплины, усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины, основных нормативных документов; самостоятельная работа на практических занятиях, периодическое участие в групповых обсуждениях, допустимый уровень культуры исполнения заданий.

3 балла (НЕЗАЧТЕНО) – недостаточно полный объем знаний в рамках учебной программы дисциплины, знание части основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины, пассивность на практических занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

2 балла (НЕЗАЧТЕНО) – фрагментарные знания в рамках учебной программы дисциплины, знание отдельных литературных источников, рекомендованных учебной программой дисциплины, неумение использовать научную терминологию дисциплины, наличие в ответе грубых стилистических и логических ошибок, пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

1 балл (НЕЗАЧТЕНО) – отсутствие знаний и компетенций в рамках учебной программы дисциплины или отказ от ответа

### *3. Рекомендуемые средства диагностики*

Для диагностики компетенций студентов в рамках промежуточного и итогового контроля по дисциплине «Правовое регулирование коммуникации» рекомендуется использовать тесты, эссе, рефераты. Рекомендуемая форма отчетности – экзамен, который может быть проведен как в устной, так и в письменной форме.