

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФУП

УТВЕРЖДАЮ /О.М. Репина/
(Ф.И.О. декана (директора института))

17.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

М.1.2.2 Право в сфере телекоммуникаций и медиа

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки
(специальность)

40.04.01 Юриспруденция

Квалификация выпускника

Магистр

(бакалавр/магистр/специалист)

Программа магистратуры

Цифровое право

Курс 2
Семестр 3, 4

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	216 / 6	часов/зачетных единиц
Лекции	4	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	8	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	12	часов
Контактная работа по экзамену	6	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	168	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	30	часов
Экзамен	4	семестр
Зачет	-	семестр
БРК, ДЗ	-	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 40.04.01 Юриспруденция

Программу составили:

доцент с ученой степенью кандидата наук	УиП	СОГЛАСОВАНО	С.В. Пушкарев
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина
Кафедра управления и права

		(наименование кафедры)	
14.02.2025	протокол №	4	
(дата)			
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	Т.В. Ялялиева	
		(И.О. Фамилия)	

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими)
кафедрой(ами).
СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	Т.В. Ялялиева
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит
выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	И.А. Сбоева
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Викторов Виктор Викторович, заместитель министра внутренней политики,
развития местного самоуправления и юстиции Республики Марий Эл
Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 18.02.2025 г.
Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. ПК-1 Выявление и устранение признаков нарушения требований антимонопольного законодательства Российской Федерации	ИПК-1.1 Анализирует и обобщает информацию и документы о признаках нарушений антимонопольного законодательства Российской Федерации и их последствиях в различных отраслях цифровой деятельности	знания: правил и процедур анализа и обобщения информации и документов о признаках нарушений антимонопольного законодательства Российской Федерации и их последствиях в различных отраслях цифровой деятельности умения: анализировать и обобщать информацию и документы о признаках нарушений антимонопольного законодательства Российской Федерации и их последствиях в различных отраслях цифровой деятельности навыки: проведения анализа и обобщения информации и документов о признаках нарушений антимонопольного законодательства Российской Федерации и их последствиях в различных отраслях цифровой деятельности
	ИПК-1.2 Выявляет причинно-следственную связь между оцениваемыми актами, соглашениями и действиями и фактическими либо возможными негативными последствиями для конкуренции на товарном рынке в виде недопущения, ограничения, устранения конкуренции в различных отраслях цифровой деятельности	знания: правил и процедур выявления причинно-следственных связей между оцениваемыми актами, соглашениями и действиями и фактическими либо возможными негативными последствиями для конкуренции на товарном рынке в виде недопущения, ограничения, устранения конкуренции в различных отраслях цифровой деятельности умения: определять причинно-следственные связи между оцениваемыми актами, соглашениями и действиями и фактическими либо возможными негативными последствиями для конкуренции на товарном рынке в виде недопущения, ограничения, устранения конкуренции в различных отраслях цифровой деятельности навыки: выявления причинно-следственных связей между оцениваемыми актами, соглашениями и действиями и фактическими либо возможными негативными последствиями для конкуренции на товарном рынке в виде недопущения, ограничения, устранения конкуренции в различных отраслях цифровой деятельности

2. ПК-2 Контроль организации и анализ эффективности мероприятий по обеспечению соответствия деятельности организаций требованиям антимонопольн ого законодательст ва Российской Федерации и развитию конкуренции	ИПК-2.1 Систематизирует организационные меры для функционирования системы внутреннего контроля соблюдения норм антимонопольного законодательства Российской Федерации в различных отраслях цифровой деятельности	знания: правил и процедур систематизации организационных мер для функционирования системы внутреннего контроля соблюдения норм антимонопольного законодательства Российской Федерации в различных отраслях цифровой деятельности умения: систематизировать организационные меры для функционирования системы внутреннего контроля соблюдения норм антимонопольного законодательства Российской Федерации в различных отраслях цифровой деятельности навыки: систематизации организационных мер для функционирования системы внутреннего контроля соблюдения норм антимонопольного законодательства Российской Федерации в различных отраслях цифровой деятельности
	ИПК-2.2 Разрабатывает мероприятия по совершенствованию систем внутреннего контроля в областях деятельности с высокими комплаенс- рисками в различных отраслях цифровой деятельности	знания: правил и процедур разработки мероприятий по совершенствованию систем внутреннего контроля в областях деятельности с высокими комплаенс- рисками в различных отраслях цифровой деятельности умения: разрабатывать мероприятия по совершенствованию систем внутреннего контроля в областях деятельности с высокими комплаенс- рисками в различных отраслях цифровой деятельности навыки: разработки мероприятий по совершенствованию систем внутреннего контроля в областях деятельности с высокими комплаенс- рисками в различных отраслях цифровой деятельности

Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Международное право интеллектуальной собственности (ПК-1), Приобретение активов в сфере информационных технологий: юридическая проверка, оценка рисков и структурирование сделок (ПК-1), Коммуникационный аудит в сфере профессионального взаимодействия (в т.ч. на иностранном языке) (ПК-1), Антимонопольное регулирование в цифровой экономике (ПК-1), Коммуникационный аудит в сфере профессионального взаимодействия (в т.ч. на иностранном языке) (ПК-2), Правовые аспекты электронной коммерции (ПК-2), Право в сфере телекоммуникаций и медиа (ПК-2), Право цифровых платформ (ПК-2); практик: Учебная практика. Научно-исследовательская работа (ПК-1)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих практиках: Преддипломная практика (ПК-1), Производственная практика. Профессиональная практика по профилю деятельности (ПК-1), Преддипломная

практика (ПК-2), Производственная практика. Профессиональная практика по профилю деятельности (ПК-2); государственной итоговой аттестации в форме: Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ПК-1), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ПК-2)

Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: дискуссионные, исследовательские, лекционные занятия, практические занятия

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: case-study, деловая игра, задания, классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма, мини-проекты

Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Право в сфере телекоммуникации	72	ПК-1, ПК-2
Лекция. Лекция 1. Понятие, участники и источники регулирования отношений в сфере телекоммуникации и медиа	2	
Практическое занятие. Практическое занятие 1. Свобода слова и массовых коммуникаций в цифровую эпоху	2	
Лекция. Лекция 2. Правовое регулирование использования сетей связи с Российской Федерации	2	
Практическое занятие. Практическое занятие 2. Правовое регулирование рекламной деятельности	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение Изучение материалов лекций, дополнительной литературы, статистических данных и материалов судебной практики.	64	
Иная контактная работа:	0	

4 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Право в сфере медиа	108	ПК-1, ПК-2
Практическое занятие. Практическое занятие 3. Специфика правового регулирования новых медиа (социальные сети, блогеры, стримеры)	2	
Практическое занятие. Практическое занятие 4. Реклама в СМИ, информационно-коммуникационных сетях, в том числе в сети «Интернет»	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение Изучение материалов лекций, дополнительной литературы, статистических данных и материалов судебной практики.	104	
Иная контактная работа:	0	
Подготовка к экзамену	30	

Проведение экзамена	6
---------------------	---

Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности.

Занятия лекционного типа дают систематизированные знания по дисциплине, концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации. Подготовка к **занятиям семинарского типа** включает ознакомление с планом практического занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины.

Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины, оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины, к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания

Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		
1.	Мамонова, Е. А. Правовое регулирование рекламы [Текст] / Е. А. Мамонова. М.: Дашков и К, 2009. - 218, [1] с. ISBN 978-5-394-00478-0. Экземпляры: всего 19.	19
2.	Правовое регулирование маркетинговой деятельности [Текст] : метод. указания к изучению курса по дисциплине "Правовое регулирование маркетинговой деят-сти" / [сост. И. Е. Чернова]. Йошкар-Ола: МарГТУ, 2009. - 78 с. Экземпляры: всего 37.	37 / https://portal.volgatech.net/books/CHernova_pravovoe_regulirovanie.pdf
3.	Бромберг, Герц Вениаминович. Интеллектуальная собственность в вопросах и ответах [Текст] / Г. В. Бромберг. М.: Патент, 2010. - 239, [1] с. ISBN 978-5-91808-026-9. Экземпляры: всего 3.	3
4.	Информационные технологии в экономике и управлении [Текст] : учебник для академического бакалавриата / [авт.: В. В. Трофимов и др.]; под ред. В. В. Трофимова ;	5

	Петерб. гос. экон. ун-т. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Юрайт, 2017. - 482 с. ISBN 978-5-534-03785-2. Экземпляры: всего 5.	
5.	Головицына, М. В. Информационные технологии в экономике [Электронный ресурс] / Головицына М. В. 2-е изд. Москва: ИНТУИТ, 2016. - 589 с.	https://e.lanbook.com/book/100597
6.	Морозова, Ольга Анатольевна. Информационные технологии в государственном и муниципальном управлении [Текст : Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / О. А. Морозова, В. В. Лосева, Л. И. Иванова. 2-е изд. Москва: Юрайт, 2022. - 142 с ISBN 978-5-534-06262-5.	https://urait.ru/bcode/493854
7.	Коломейченко, А. С. Информационные технологии [Текст] : Учебное пособие для вузов / Коломейченко А. С.,Польшакова Н. В.,Чеха О. В.; Польшакова Н. В., Чеха О. В. 3-е изд., стер. Санкт-Петербург: Лань, 2022. - 212 с. ISBN 978-5-507-45293-4.	https://e.lanbook.com/book/264086
ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ		
1.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru
2.	Научная электронная библиотека «Киберленинка»	http://cyberleninka.ru
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ		
1.	Справочно-правовая система Консультант+	http://www.consultant.ru
2.	Информационно-правовой портал Гарант	http://www.garant.ru
3.	Профессиональные справочные системы Техэксперт	http://www.cntd.ru

6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	412 (I)	Проектор мультимедийный Hitachi CP-X2511 N (1), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач
2.	508 (I)	ПК RAY B314,3.(клав.,мышь оптич.,пачкорд,ИДТО ,монитор 21,5 " View Sonic VA2248-LEG (2),	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система

		Проектор мультимедийный Hitachi CP-X 444 (1), Комплект учебной мебели (1)	"Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач
3.	329 (I)	Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
- умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
- умение применять теоретические знания при решении практических заданий.

Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий.	удовлетворительно
Продвинутый уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, излагает его грамотно и по существу, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми	хорошо

	навыками и приемами их выполнения	
Высокий уровень	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, грамотно и логически стройно его излагает, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В ответе тесно увязывается теория с практикой, при этом обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает знакомство с монографической литературой, периодическими изданиями, правильно обосновывает принятые решения, свободно владеет разносторонними навыками, приемами выполнения практических работ	отлично

7.1. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

Примеры тестовых заданий:

1. Правовые нормы, регламентирующие работу журналистов и СМИ, не содержатся в нижеследующем кодексе:

а) Уголовный кодекс

б) кодекс РАСО

в) Гражданский кодекс

г) КоАП РФ

2. основополагающим принципом правового регулирования отношений в информационной сфере является:

а) принцип производства информации

б) принцип этичности информации

в) принцип автономности информации

г) принцип свободы информации.

3. Основные положения, ограничивающие публичность информации, отражены в законе:

а) О средствах массовой информации

б) Об информации, информатизации и защите информации

в) О рекламе

г) Гражданским кодексом РФ.

4. Информационная собственность существенно отличается от вещной и включает:

а) право знать содержание информации

б) право запрашивать информацию

- в) правосогласовывать информацию
- г) правообмениваться информацией.

5. Защищаемые государством сведения во внешнеполитической области составляют предмет тайны:

- а) служебной
- б) коммерческой
- в) государственной
- г) политической.

6. Влияние СМИ на сознание и поведение молодой части общества можно интерпретировать как:

- а) усвоение, принятие аудиторией моделей социальной действительности
- б) воспитание новых морально-нравственных критериев
- в) расширение уровня общественного и индивидуального образования
- г) внедрение государственной идеологии.

7. Из нижеперечисленных законов, санкционирующим (предусматривающим санкции в отношении нарушителя) следует считать:

- а) О средствах массовой информации
- б) О рекламе
- в) Кодекс РАСО
- г) Уголовный кодекс.

8. Российские СМИ постсоветского периода зачастую:

- а) формируют общественные вкусы
- б) потакают общественным вкусам
- в) поднимают общественные вкусы на более высокий качественный уровень
- г) не обращают на них никакого внимания.

9. Первое публичное выступление, с которым увязывается свобода слова, представлялось собой:

- а) критику органа власти
- б) критику представителя органа власти
- в) обвинения в преступлении
- г) призыв к свержению существующего строя.

10. Свобода слова является приоритетом ниже следующего государственного управления:

- а) олигархия
- б) охлократия
- в) монархия

г) демократия.

11. Утверждение о том, что средства информации принадлежат государству, жестко им контролируются и являются его орудием, составляет суть:

- а) советской тоталитарной теории
- б) авторитарной теории
- в) теории социальной ответственности

12. РОМИР (ROMIR Monitoring) – независимый институт российского общественного мнения, существующий преимущественно за счет:

- а) маркетинговых исследований (осведомленность о марках; лояльность к марке; позиционирование марки и др.)
- б) услуг по связям с общественностью
- в) предоставления политического консультирования

13. Какая организация регулирует российские организации по СО:

- а) ССТ
- б) АК ОС
- в) РАСО
- г) ААСО

14. Основная цель «Международного кодекса международной торговой палаты порекламной практике»:

- а) приоритет интересов международной рекламной практики по отношению к национальным интересам, развитие рекламной практики на принципах нравственной безупречности, открытости и правдивости, стимулирования конкуренции;
- б) обеспечение гармоничного сочетания интересов предпринимателей и потребителей, развитие рекламной практики на принципах юридической безупречности, благопристойности, честности и правдивости, добросовестности конкуренции;
- в) повышение доверия к рекламе на основе гармоничного сочетания международных и национальных интересов, честности и правдивости рекламной информации, ее нравственной безупречности, развития рекламной деятельности на демократических основах, на основе конкурентной борьбы между рекламодателями;
- г) обеспечение условий для развития конкуренции между рекламодателями в рамках международного и национального законодательства, обеспечение благопристойности и высоко нравственного содержания рекламных сообщений, честности и правдивости как норм рекламной практики.

15. Цель принятия Федерального закона «О рекламе»:

- а) правовое регулирование отношений, возникающих в процессе производства, размещения и распространения рекламы, обеспечение развития рекламной практики на принципах юридической безупречности;
- б) проведение протекционистской политики государства в отношении отечественных компаний;
- в) обеспечение развития рекламной практики на принципах нравственной и юридической безупречности, регулирование процессов распространения рекламы в средствах массовой информации;
- г) пересмотр идей международного кодекса рекламной практики применительно к национальным условиям.

16. Согласно Федеральному закону «О рекламе», скрытая реклама это:

- а) реклама, основанная на пробуждении чувства любопытства потенциальных потребителей товара;
- б) воздействие на потребителя способами, вызывающими не осознаваемое восприятие путем использования видеовставок (двойной звукозаписи) и других спецэффектов;

в) неполное описание качеств товара, таких как состав, способ изготовления и др.;

г) рекламная информация, искусно закамуфлированная в информационных сообщениях не рекламного характера.

17. Заведомо ложная реклама – это:

- а) реклама, которая не умышленно вводит в заблуждение потребителя;
- б) реклама, приводящая недостоверные факты;
- в) реклама, с помощью которой рекламодатель умышленно вводит потребителя в заблуждение;
- г) реклама, вводящая потребителя в заблуждение с целью получения конкурентных преимуществ.

18. Федеральный закон «О рекламе» не распространяется:

- а) на политическую рекламу;
- б) на социальную рекламу;
- в) на экологическую рекламу;
- г) на некоммерческую рекламу.

19. Недобросовестной является реклама, которая, в частности:

- а) выполнена на низком качественном уровне;
- б) дискредитирует юридических и физических лиц, не пользующихся рекламируемыми товарами;
- в) использует имена известных юридических и физических лиц без их согласия;
- г) содержит ложные обещания.

20. Реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения в отношении наличия товара на рынке, возможности его приобретения в указанном объеме, периоде времени и месте, определяется как:

- а) недостоверная;
- б) заведомо ложная;
- в) недобросовестная;
- г) неэтичная.

Примерные темы для подготовки рефератов:

Универсальные принципы свободы массовой информации и государственно-правовые формы ее закрепления и обеспечения.

СМИ и конституционные гарантии информационных прав и свобод личности.

Проблемы правового регулирования общественных отношений в сфере социально-информационного общения.

Законодательство о СМИ как система нормативных актов.

Российское законодательство о СМИ: назначение и общая характеристика.

Понятие и структура законодательства о СМИ.

Международно-правовые источники российского законодательства о СМИ.

Субъекты массово-информационного права.

СМИ и правовая защита неприкосновенности личной жизни граждан.

Конституционные гарантии свободы массовой информации.

Понятие и принципы законности профессиональной журналистской деятельности.

Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации»: его место в российском законодательстве о СМИ и общая характеристика.

Общие положения Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации».

Правовой режим учреждения и регистрации СМИ.

Правовой статус учредителя СМИ.

Договор междуредакцией и учредителем: юридический статус, назначение и юридическая конструкция.

Правовой статусиздателя и распространителя СМИ.

Правоваярегламентация распространения массовой информации.

Правовой статуси организационно-правовые формы редакции СМИ.

Устав редакции:назначение, порядок принятия и юридическая конструкция.

Закон РФ «Осредствах массовой информации» об отношениях редакции СМИ с организациями.

Закон РФ «Осредствах массовой информации» об отношениях редакции СМИ с гражданами.

Правовой статусжурналиста.

Правовые икорпоративные нормы регулирования журналистской деятельности.

Деонтология исаморегулирование журналистской деятельности.

Недопустимостьзлоупотребления свободой массовой информации, система сдержек и противовесов в законодательстве о СМИ.

Понятие,признаки и виды юридической ответственности за нарушение законодательства оСМИ.

Уголовнаяответственность за нарушение законодательства о СМИ.

Гражданско-правоваяответственность за нарушение законодательства о СМИ.

Административнаяответственность за нарушение законодательства о СМИ.

Честь,достоинство и деловая репутация как институты права СМИ.

Защита чести,достоинства и деловой репутации: способы и порядок осуществления.

Позицияжурналиста в суде и способы избежать правовых конфликтов.

Ответственностьжурналиста за клевету и оскорбление.

Уголовно-правоваяохрана прав и свобод журналиста.

Судебный и внесудебный порядок защиты прав субъектов массово-информационных отношений.

Регламентацияправоотношений субъектов внутриредакционной деятельности.

Трудовой договор(контракт) как двустороннее соглашение журналиста и редакции.

Трудоваядисциплина, дисциплинарные проступки и ответственность журналиста.

Право на доступк информации для журналистов и редакций.

Информационнаясфера как объект правового регулирования.

Специальныеправа и обязанности СМИ по освещению деятельности органов государственнойвласти. Правовой режим аккредитации журналистов.

СМИ и властныеструктуры как субъекты информационных правоотношений.

Регулированиеавторских правоотношений в СМИ.

Федеральныйзакон «О рекламе», его роль и значение в журналистской деятельности.

Специальноохраняемые законом тайны и ответственность за их разглашение.

Правовоеерегулирование участия СМИ в избирательных кампаниях.

Юридическаяслужба редакции, ее назначение и основные направления деятельности.

Правосознание иправовая культура журналиста.

Региональноезаконодательство о СМИ.

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

1. Понятие, предмет и метод телекоммуникационного права.
2. Телекоммуникационное право в системе российского права.
3. Источники телекоммуникационного права.

4. Судебная и арбитражная практики в телекоммуникационной сфере.
5. Субъекты телекоммуникационного права.
6. Оператор связи и его правовой статус.
7. Соотношение оператора связи и провайдера.
8. Виды сетей связи.
9. Единая сеть электросвязи Российской Федерации.
10. Сеть связи общего пользования.
11. Выделенные сети связи.
12. Технологические сети связи.
13. Сети связи специального назначения.
14. Доступ к сетям связи.
15. Правовое регулирование услуги присоединения.
16. Правовое регулирование услуги по пропуску трафика.
17. Условия и порядок трансграничных взаимных подключений.
18. Государственное регулирование телекоммуникационной отрасли.
19. Разрешительная система в сфере телекоммуникаций.
20. Виды разрешений в сфере телекоммуникаций.
21. Порядок лицензирования деятельности в сфере телекоммуникаций.
22. Государственное регулирование тарифов на услуги связи.
23. Проведение оперативно-розыскных действий в сетях связи.
24. Направления модернизации государственного управления в сфере телекоммуникаций.
25. Деятельность саморегулируемых организаций в сфере телекоммуникаций.
26. Порядок получения лицензии.
27. Проведение торгов (аукционов, конкурсов) на получение лицензии.
28. Управление радиочастотным спектром.
29. Порядок распределения радиочастотного спектра.
30. Виды услуг связи.
31. Понятие универсальных услуг связи.
32. Оператор универсального обслуживания.
33. Функционирование системы 112
34. Понятие и содержание тайны связи.
35. Выбор оператора связи. Перенесение абонентских номеров.
36. Международные соглашения в сфере телекоммуникаций.
37. Международные организации в сфере телекоммуникаций.

38. Основные понятия, используемые в законодательстве о СМИ
39. Принцип свободы массовой информации. Запрещение цензуры.
40. Правовой статус СМИ и учредителя СМИ.
41. Правовое положение редакции СМИ и главного редактора.
42. Права и обязанности журналиста.
43. Порядок размещения рекламы в СМИ. Договор на размещение рекламы в СМИ.
44. Ответственность СМИ за размещение недобросовестной и недостоверной рекламы.
45. Порядок распространения массовой информации.
46. Проблемы интеллектуальной собственности в деятельности СМИ.
47. Регистрация и лицензирование СМИ.
48. Правовой статус организаторов распространения информации в сети «Интернет».
49. Регулирование коммуникационных интернет-сервисов.
50. «Антипиратское» законодательство
51. Проблема управления авторскими и смежными правами в Интернете.
52. Проблема распространения объектов авторских и смежных прав через Интернет.
53. Правовой статус информационных посредников
54. Особенности отдельных способов распространения рекламы.
55. Особенности рекламы отдельных видов товаров.
56. Государственный надзор в сфере законодательства о рекламе.