

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

2025 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Правові та етичні основи рекламної і PR-діяльності:

Правові основи реклами і PR

для здобувачів

спеціальності

061 «Журналістика»

рівня вищої освіти

першого (бакалаврського)

освітньої програми

061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»



Київ - 2025

Розробник:

Чомахашвілі Олена Шотаєвна, кандидат юридичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

Викладач:

Чомахашвілі Олена Шотаєвна, кандидат юридичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від 26 серпня 2025 року № 1

Завідувач кафедри Новохатько Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю

_____ 2025 року

Гарант освітньо-професійної програми М. М. Нетреба М. М. Нетреба

Робочу програму перевірено

_____ 2025 р.

Заступник декана Факультету журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Р.В.Дьяченко Р.В.Дьяченко

Пролонговано

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	Заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	2/60	-
Курс	3	-
Семестр	5	-
Кількість змістових модулів з розподілом	2	-
Обсяг кредитів	2	-
Обсяг годин, в тому числі:	60	-
Аудиторні	28	-
Модульний контроль	4	-
Семестровий контроль	15	-
Самостійна робота	13	-
Форма семестрового контролю	іспит	-

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета - ознайомлення з теоретичними поняттями та основними конструкціями у праві, базовими положеннями сучасного українського законодавства та особливостями застосування профільних нормативно-правових актів, підзаконним нормативно-правових актів.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

- розвивати *загальні компетентності* такі, як:
 - ЗК-6 здатність до адаптації та дії в новій ситуації
 - ЗК-8 здатність навчатись і оволодівати сучасними знаннями
 - ЗК 9 здатність реалізовувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні
 - ЗК 11 здатність спілкуватися державною мовою
- фахові спеціальні компетентності*:
 - СК 1 здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності
 - СК 3 здатність створювати медійний, рекламний та PR-продукт для вирішення завдань внутрішньої і зовнішньої комунікації
 - СК 5 здатність ефективно просувати створений медійний, рекламний та PR-продукт

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких програмних результатів за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», рівня вищої освіти першого «бакалаврського»:

РН 6. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків

РН 8. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань

РН 9. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадського суспільства

РН 11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою

РН 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук

РН 15. Створювати грамотний медійний, рекламний та PR-продукт з урахуванням каналу поширення та платформи оприлюднення

РН 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах

В результаті здобувач повинен опанувати:

- знання структури сучасної правової системи України та профільного українського законодавства (реклама та зв'язки з громадськістю);
- оволодіти головним термінологічним апаратом в галузі права, реклами, PR та медіакомунікацій;
- здатність до аналізу ситуацій та вмінням застосовувати відповідні юридичні норми при вирішенні конкретних ситуацій в галузі реклами, PR та медіакомунікацій.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Самостійна	Модульний контроль робота	Підсумковий контроль
Модуль І. СУЧАСНІ ПРАВОВІ СИСТЕМИ В ФОРМАТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ									
1	Світова практика правового забезпечення в галузі реклами та зв'язків з громадськістю	6	4	2		2	2		
2	Структура та специфіка правового поля України	6	4	2		2	2		
	Модульна контрольна робота №1	2							
	Разом	14	8	4		4	4	2	
Модуль ІІ. ПРАВОВЕ ПОЛЕ СУЧАСНОЇ ПРАКТИКИ РЕКЛАМИ ТА PR В УКРАЇНІ									
3	Базова структура системи правового забезпечення соціальних комунікаційних процесів в Україні	6	4	4			2		
4	Юридичне забезпечення рекламної практики в Україні	12	8	2	2	4	4		
5	Правове забезпечення практики зв'язків з громадськістю в Україні	11	8	2	2	4	3		
	Модульна контрольні робота №2	2							
	Разом	31		8	4	8	9	2	
	Іспит	15							15
	Разом за навчальним планом	60	28	12	4	12	13	4	15

5. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1

СУЧАСНІ ПРАВОВІ СИСТЕМИ В ФОРМАТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ

Тема 1. Світова практика правового забезпечення в галузі реклами та зв'язків з громадськістю

Історія розвитку та становлення правового регулювання людської діяльності. Структура та базові принципи кодифікованої правової системи.

Базові основи та принципи прецедентної системи. Основи сучасного права європейських країн. Правова система країн Америки та Азії.

Тема 2. Структура та специфіка правового поля України

Три рівні правової системи в Україні. Гілки влади в українському суспільстві. Профільні статті в галузі реклами та зв'язків з громадськістю у Конституції України. Закони України парафійовані міжнародні нормативно-правові акти в галузі реклами та зв'язків з громадськістю. Підзаконні акти в галузі реклами та зв'язків з громадськістю.

Модуль 2

ПРАВОВЕ ПОЛЕ СУЧАСНОЇ ПРАКТИКИ РЕКЛАМИ ТА PR В УКРАЇНІ

Тема 3. Базова структура системи правового забезпечення соціальних комунікаційних процесів в Україні

Структура та базові складові сучасного профільного правового поля. Рівні та складові частини бази профільних нормативно-правових актів. Правовий консалтинг в сучасній українській рекламі. Консалтингова практика в сфері зв'язків з громадськістю.

Тема 4. Юридичне забезпечення рекламної практики в Україні

Закон України «Про рекламу»: структура та базові положення. Специфіка та особливості Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні». Закон України «Про телебачення та радіомовлення»: структура та загальна характеристика.

Тема 5. Правове забезпечення практики зв'язків з громадськістю в Україні

Інформаційна діяльність, як офіційне визначення практики зв'язків з громадськістю в сучасному правовому полі України. Закон України «Про інформацію»: структура та загальна характеристика. Структура та базові положення Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування». Закон України «Про інформаційні агенції»: базові положення та змістовна характеристика.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень здобувачів

Вид діяльності здобувача	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	4	4
Відвідування семінарських занять	1	2	2	4	4
Відвідування практичних занять	1	-	-	2	2
Робота на семінарському занятті	10	2	20	4	40
Робота на практичному занятті	10	-	-	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом			59		110
Максимальна кількість балів	184				
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $169:60=2,82$ Здобувач набрав: 153 бали Оцінка: $153:2,82 = 54$ бали				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Модуль I.

Тема 1-2. СУЧАСНІ ПРАВОВІ СИСТЕМИ В ФОРМАТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ

Самостійна робота 1

Скласти хронологічну таблицю ключових етапів розвитку правових норм в форматі розвитку людського суспільства.

Самостійна робота 2

Оцінити переваги та недоліки європейських національних правових моделей.

Модуль II.

Теми 3-5. ПРАВОВЕ ПОЛЕ СУЧАСНОЇ ПРАКТИКИ РЕКЛАМИ ТА PR В УКРАЇНІ

Самостійна робота 3

Скласти перелік базових нормативно-правових актів в рекламній галузі України.

Самостійна робота 4

Сформувати пакет нормативно-правових актів в сфері інформаційної діяльності України.

Самостійна робота 5

Підготувати пакети нормативно-правових актів з питання застосування соціальної реклами.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Передбачає використання набутих теоретичних знань та практичних навичок: відповіді на запитання, розв'язання ситуаційних завдань. Всього в роботі два теоретичних і одне практичне завдання. Оцінка за 1 теоретичне – 5 балів, 2 теоретичне – 10, практичне – 15 балів. Всього 25 балів за модульну контрольну роботу. Написання обов'язкове. Кількість – 2 роботи.

Відповідність таким критеріям: відповідність змісту; повнота і ґрунтовність викладу; доказовість і логічність викладу; термінологічна коректність; здатність до обґрунтування висновків; володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу здобувача на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань здобувачів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

6.4. ФОРМИ ПРОВЕДЕННЯ СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Підсумкове оцінювання знань здобувачів з дисципліни «Правові основи реклами та PRі» здійснюється як складання суми всіх балів, отриманих здобувачем за всі види роботи, протягом усього вивчення курсу, а також балів, отриманих за результатом екзамену. Формат екзамену – тести.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Європейська правова система (кодифікована система).
2. Американська правова система (прецедентне право).
3. Сучасна правова система в Україні.

4. Державні установи, що здійснюють контроль координують функціонування правової сфери.
5. Специфіка та характер правовідносин в сучасному українському суспільстві.
6. Інформаційне законодавство України.
7. Закон України «Про рекламу».
8. Нормативно-правова база в громадсько-політичній сфері.
9. Нормативно-правові акти, які регулюють інформаційну політику державних установ.
10. Регулятивне законодавство ПР та реклами в сфері бізнесу.
11. Особливості юридичного супроводження рекламних та ПР-проектів в кодифікованій правовій системі (європейська модель).
12. Специфіка правового забезпечення рекламних та ПР-проектів в прецедентній юридичній системі (американська модель).
13. Правові основи сучасного рекламного бізнесу.
14. Правові аспекти реалізації ПР заходів в сфері бізнесу.
15. Рекламно-інформаційна діяльність органів державної влади.
16. Нормативно-правова база з питань регулювання рекламно-інформаційної діяльності органів державної влади.
17. Правове поле діяльності громадських організацій в Україні.
18. Юридичне супроводження в реалізації громадських проектів.
19. Соціальна реклама в системі вітчизняного правового поля.
20. Рекламні та ПР-кампанії в системі українського законодавства
21. Інтелектуальна власність та її становлення.
22. Поняття права інтелектуальної власності.
23. Сутність права інтелектуальної власності.
24. Поняття законодавства про інтелектуальну власність, його система й спрямованість.
25. Види міжнародно-правових актів про інтелектуальну власність.
26. Промислові зразки як об'єкти промислової власності: поняття, об'єкти.
27. Знаки для товарів і послуг як об'єкти промислової власності.
28. Правове положення патентознавців. Вимоги щодо патентних повірених. Атестація патентних повірених. Повноваження повірених у справах інтелектуальної власності.
29. Асоціації патентних повірених. Підстави і порядок втрати атестації патентного повіреного.
30. Агенти з товарних знаків, їх правове положення.
31. Поняття авторського права, сфера його дії.
32. Об'єкти, що охороняються авторським правом.
33. Виникнення і здійснення авторського права.
34. Похідний твір, його правове значення.
35. Авторське право й право власності на носія авторських прав.
36. Особисті немайнові права автора.
37. Майнові права автора. Майнові права володільця.
38. Вільне використання твору.

39. Авторське право на аудіовізуальний твір.
40. Строки охорони авторських прав. Перехід авторських прав. Передача (уступка) авторського права.
41. Авторські ліцензійні договори: поняття, характеристика та види. Сторони ліцензійного договору та, правове положення.
42. Поняття, зміст і порядок укладання авторських договорів.
43. Поняття і сутність суміжних прав. Види суміжних прав.
44. Права виконавців, їх зміст.
45. Права виробників фонограм, їх зміст.
46. Права організацій мовлення.
47. Правила торгівлі екземплярами аудіовізуальних творів.
48. Засоби охорони авторських і суміжних прав. Способи захисту авторських і суміжних прав.
49. Колективне управління авторськими й суміжними правами.
50. Поняття патентного права. Відмінність винахідницького права від патентного права.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
відмінно	90-100
дуже добре	82-89
добре	75-81
задовільно	69-74
достатньо	60-68
незадовільно	0-59

7. Рекомендовані джерела

Основна література:

1. Бутенко О. П., Малахов В. А. Синергія саморегулювання та правових норм у сфері публік релейшнз: етичні стандарти та суспільна відповідальність. А. Малахов. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 2. С. 135-141. URL: <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/34159?mode=full> (дата звернення: 18.08.2025)
2. Попович К. Г. Правове регулювання реклами (цивілістичний аспект). *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету. Серія ПРАВО*. Випуск 78: частина 1. С. 216 – 220. URL: <https://visnyk-juris-uzhnu.com/wp-content/uploads/2023/08/37-1.pdf>. (дата звернення: 20.08.2025).

3. Порядок накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу від 10 листопада 2023 р. № 1178. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/693-2004-%D0%BF#Text> (дата звернення: 20.08.2025).
4. Про медіа : Закон України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*, 2023, №№ 47-50, ст.120. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 20.08.2025).
5. Про рекламу : Закон України від 03.07.96 № 271/96-ВР . *Відомості Верховної Ради України (ВВР)* 1996, N 39, ст. 181. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/main/270/96-вр> (дата звернення: 20.08.2025).
6. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.91 № 1024-XII *Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР)*, 1991, № 30, ст.379. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 20.08.2025).
7. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України від 23.12.93 № 3771-XII. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*, 1994, № 7, ст. 36. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text> (дата звернення: 20.08.2025).
8. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07.06.96 № 237/96-ВР. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*, 1996, № 36, ст.164. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 20.08.2025).
9. Смородина А. Права інтелектуальної власності в рекламних матеріалах. LIGA.net. 2024. URL: <https://blog-liga-net.cdn.ampproject.org/c/s/blog.liga.net/amp/user/asmorodyna/article/53121> (дата звернення: 20.08.2025).
10. Типові правила розміщення зовнішньої реклами від 29 грудня 2003 р. № 2067. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2067-2003-%D0%BF#Text> (дата звернення: 20.08.2025).

Допоміжна

1. Баклан, О.В., Тімашов В.О., Гуржій Т.О. Банківське право : підруч. Київ : Друкарський двір Ольга Федоровна. 2018. 346 с.
2. Бандурка О. М., Бурдін М. Ю., Головка О. М. та ін. Теорія держави та права України : підруч. для курсантів та студентів вищих навч. закл.; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ. Харків : Майдан. 2018. 436 с.
3. Бородін І. Л. Адміністративне право України : підруч. Київ : Алерта, 2019. 548 с.
4. Великий енциклопедичний юридичний словник. За ред. Акад. НАН України Ю.С. Шемшученка. 2-ге вид., переробл. і доповн. Київ : Юридична думка. 2012. С 37.

5. Головашевич О. О., Котенко А. М. Податкове право України : підруч. Харків : Право. 2019. 440 с.
6. Господарське право : підруч. за ред. О. Вінник. Київ : Ліра. 2018. 240с.
7. Зражевська Н. Теорія медіа та суспільства : навч. посіб. Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2022. 197 с.
8. Іващенко В. Л. Сучасні медіакомунікативні технології : навч. посіб. Київ : Розумники, 2021. 192 с.
9. Конституція України (*Відомості Верховної Ради (ВВР)*, 1996, N 30, ст.141).
10. Крестовська Н.М., Матвєєва Л.Г. Теорія держави і права : підруч. Практикум. Тести. Київ : Юрінком Інтер. 2019. 584 с.
11. Круглова О.О. Курс лекцій з дисципліни «Цивільне право». Дніпро : Видавець Біла К.О. 2017. 151 с.
12. Трудове право : підруч. /за заг. ред. О. М. Ярошенка. 3-тє вид., перероб. і допов. Харків : Право. 2019. 544 с.
13. Фінансове право : підруч. за ред. М. П. Кучерявенка, О. О. Дмитрик. Харків : Право. 2019. 416 с.
11. Чомахашвілі О. Ш. Охорона прав інтелектуальної власності на звукові торговельні марки. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. № 1(111). 2020. С. 66-71.
12. Яковюк І. Правова культура і її вплив на розвиток правової системи. *Вісник Академії правових наук України*. 2008. № 1 (52). С.56-62.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Офіційна веб-сторінка Верховної Ради України. URL: www.rada.gov.ua.
2. Офіційна веб-сторінка Президента України. URL: www.president.gov.ua.
3. Офіційна веб-сторінка Кабінету Міністрів України. URL: www.kmu.gov.ua.
4. Офіційна веб-сторінка Верховного Суду. URL: <http://www.scourt.gov.ua/>
5. Офіційна веб-сторінка Конституційного Суду України. URL: <http://www.ccu.gov.ua/uk/>
6. Центр демократії та верховенства права- <http://www.medialaw.kiev.ua/>

8. Навчально-методична карта дисципліни " Правові та етичні основи рекламної і PR-діяльності: Правові основи реклами і PR". Разом: 60 год., лекції – 12 год., семінарські заняття – 12 год., практичні заняття- 4 год; МК – 4 год., самостійна робота – 13 год., екзамен — семестровий контроль-15 год.

Модулі	модуль І		модуль ІІ			
Назва модуля	Сучасні правові системи в форматі розвитку соціальних комунікативних процесів		Правове поле сучасної практики реклами та PR в Україні			
К-ть балів за модуль	59 балів		110 бали			
Лекції	2 бали		4 балів			
Теми лекцій	Світова практика правового забезпечення в галузі реклами та зв'язків з громадськістю 1 б. Структура та специфіка правового поля України 1 б.		Базова структура системи правового забезпечення соціальних комунікативних процесів в Україні 2 б.		Юридичне забезпечення рекламної практики в Україні 1 б. Правове забезпечення практики зв'язків з громадськістю в Україні 1 б.	
Теми семінарських занять	Світові моделі правових систем 11б. Українська національна правова модель 11б.		Правове регулювання рекламних та PR-процесів 11б.		Інструменти та засоби правового регулювання ринку реклами в Україні 11б. Правове регулювання інформаційної діяльності в Україні 11б. Специфіка та перспективи трансформації практики супроводження комунікативних процесів в Україні 11б.	
Практичні заняття					Юридичне забезпечення рекламної практики в Україні 11 б. Правове забезпечення практики зв'язків з громадськістю в Україні 11 б.	
Сам. робота	5	5	5	5	5	
Види поточ. контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)		Модульна контрольна робота (25 балів)			
Підсумковий контроль	Усього 169 балів					