

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

з дисципліни «Правові та етичні основи рекламної і PR-діяльності»

Курс II (3 семестр)

Спеціальність: 061 Журналістика

Освітня програма: 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Структура дисципліни, відповідно до навчального плану:

- «Правові основи реклами та PR» (2 кредити);
- «Професійні стандарти» (2 кредити).

Тривалість проведення: 2 академічні години

Форма проведення: письмова, онлайн в ЕНК

Максимальна кількість балів – 40 балів

тестові питання - 20 балів;

1-е практичне завдання - 10 балів;

2-е практичне завдання - 10 балів.

Критерії оцінювання: студентам пропонується виконати 20 тестових завдань по 10 з правових основ рекламної та PR-діяльності та професійних стандартів.

Правильна відповідь тестового завдання оцінюється 1 балом.

Тестові завдання враховують як знання студентів, так вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних задач.

Також студентам пропонується виконати 2 практичних завдання: 1 з правових та 1 з етичних основ рекламної та PR-діяльності.

1-е завдання (практична ситуація): розкрити зміст запитання та на практичних прикладах показати механізми функціонування суб'єктів та об'єктів, що знаходяться в колі порушеної теми.

2-е завдання: уміння здійснювати діяльність у сфері реклами та PR на основі правових та етичних стандартів, у відповідності до чинного законодавства та

кодексів професійної етики.

Орієнтовний перелік тематичних питань для тестів:
Правові основи реклами та PR

1. Назвати державні установи, що здійснюють контроль та координують функціонування правової сфери.
2. Виявіть специфіку та характер правовідносин в сучасному українському суспільстві.
3. Охарактеризуйте інформаційне законодавство України.
4. Охарактеризуйте нормативно-правову базу в громадсько-політичній сфері.
5. Перелічити регулятивне законодавство ПР та реклами в сфері бізнесу.
6. Охарактеризуйте рекламно-інформаційну діяльність органів державної влади.
7. Охарактеризуйте нормативно-правову базу з питань регулювання рекламно-інформаційної діяльності органів державної влади.
8. Визначте правове поле діяльності громадських організацій в Україні.
9. Охарактеризуйте юридичне супроводження в реалізації громадських проєктів.
10. Поясніть суть соціальна реклама в системі вітчизняного правового поля.
11. Визначте місце рекламних та ПР-кампаній в системі українського законодавства
12. Охарактеризуйте поняття права інтелектуальної власності.
13. Охарактеризуйте об'єкти права інтелектуальної власності.
14. Надайте поняття законодавства про інтелектуальну власність, його система й спрямованість.
15. Визначте статус патентних повірених у справах інтелектуальної власності.
16. Надайте поняття авторського права, сфера його дії.
17. Перелічити об'єкти, що охороняються авторським правом.
18. Визначте момент виникнення і здійснення авторського права.
19. Охарактеризуйте похідний твір, його правове значення.
20. Розкрийте зміст авторського права й права власності на носій авторських прав.
21. Пояснити категорію особисті немайнові права автора.
22. Розкрийте зміст майнових прав автора та майнові права володільця.
23. Поясніть вільне використання твору.
24. Пояснити суть авторського права на аудіовізуальний твір.
25. Визначте строки охорони авторських прав. Перехід авторських прав. Передача (уступка) авторського права.
26. Охарактеризуйте авторські ліцензійні договори: поняття, характеристика та види. Сторони ліцензійного договору та, правове положення.
27. Надайте поняття і сутність суміжних прав. Види суміжних прав.

28. Охарактеризуйте права організацій мовлення.
29. Вкажіть засоби охорони авторських і суміжних прав. Способи захисту авторських і суміжних прав.
30. Розкажіть про колективне управління авторськими й суміжними правами.

Професійні стандарти

1. Пояснити поняття «етика» і «мораль»: визначення, поява, спільне/відмінне.
2. Визначити сутність, норми та роль етики в суспільстві.
3. Описати основні історичні типи моралі.
4. Розкрити завдання та функції професійної етики, визначити суспільну роль фахівця реклами і PR.
5. Описати моральні виклики інформаційного суспільства.
6. Розкрити суть інформаційної етики.
7. Пояснити, чому професійна етика важлива в галузі реклами та PR.
8. Розповісти про три рівні системи відносин у PR-діяльності.
9. Описати чотири змістові моделі PR-діяльності з огляду на роль впливу у відносинах між організацією та громадськістю.
10. Перерахувати та розкрити суть симетричних та асиметричних підходів до розуміння соціальної ролі та етики PR-діяльності.
11. Пояснити, що таке синдром інформаційної втоми, які має форми прояву і наслідки, як і з ним боротися.
12. Розповісти про професійні організації, що сформували професійні стандарти у сфері реклами та PR.
13. Пояснити, що таке конфлікт інтересів, які причини його появи, шляхи подолання та уникнення. Розкрити в цьому контексті суть понять «приватний інтерес» та «службове повноваження».
14. Розкрити позитивні наслідки соціально відповідального PR та негативні – соціально безвідповідального PR.
15. Проаналізувати негативний вплив інформаційного шуму на суспільство загалом і людину зокрема; зазначити причини його появи та окреслити дії фахівця реклами і PR в умовах інтенсивного інформаційного шуму.
16. Розкрити питання етичних заборон та обмежень у галузі реклами.
17. Пояснити, у чому полягає корпоративна етика в роботі рекламного та PR-агентства.
18. Описати сферу застосування індивідуальної етики в межах галузі реклами та PR-діяльності.
19. Розповісти, які принципи повинні лежати в основі складання реклами.
20. Пояснити, що входить у комплекс принципів етичної коректності реклами.
21. Навести етичні правила для виробників реклами товарів обмеженого користування.
22. Пояснити поняття «прихована реклама», «оманлива реклама», «недобросовісна реклама».

23. Розповісти про ключові вимоги Закону України «Про рекламу».
24. Розповісти про ключові вимоги Міжнародного кодексу рекламної практики.
25. Розкрити зміст мінімальних стандартів PR-якості.
26. Пояснити, що таке PR-сертифікація і навіщо вона потрібна.
27. Пояснити, в чому ключові відмінності між рекламою і PR-діяльністю.
28. Проаналізувати структуру та вимоги одного з міжнародних професійних стандартів у галузі PR (на вибір).
29. Розкрити питання формування професійних PR-стандартів в Україні, описати існуючі в нашій країні PR-кодекси.
30. Пояснити, які професійні/ділові та особисті навички потрібні ефективним фахівцям з PR та реклами.

Орієнтовні практичні завдання

Правові основи реклами та PR

Завдання 1. Кабінет Міністрів України подав на розгляд Верховної Ради України проект Закону України «Про Державний Україна на 2019 рік», який охарактеризував, як бездефіцитний та збалансований. Розглянувши вказаний проект, Комітет Верховної Ради України з питань бюджету заперечив, звинувативши Уряд у популізмі, оскільки реальна сума перевищення видаткової частини бюджету над дохідною становить 2,5 млрд. грн. Уряд заперечив, вказавши на те, що 1,750 млрд. грн. – це запланована сума повернення державних запозичень за кредитною програмою «stand-bay» МВФ отриманих протягом попередніх періодів, а 750 млн. грн. – кошти, що будуть виділені на придбання облігацій Федеральної резервної системи США.

Вкажіть, чия позиція є вірною з точки зору Бюджетного кодексу України ?

Завдання 2. В Афганістані після захоплення влади ісламським рухом “Талібан” було введено чимало норм шариату. Жінкам було заборонено працювати, ходити до школи та виходити на вулицю без паранджі. Всіх державних службовців зобов'язали відпустити бороди, а ті, хто приходили на роботу поголеними, підлягали звільненню.

До якого виду соціальних норм відносити даний приклад?

Завдання 3. За дорученням Президента України Рахункова палата здійснила контроль за використанням Київською міською радою коштів. Об'єктом перевірки став контроль фінансування програми «Допомога соціально незахищеним громадянам», затвердженої рішенням цієї ради. Оцініть правомірність ситуації?

Завдання 4. Проаналізуйте ситуації і поясніть, які з них можливі у правовій державі, а які — ні. Відповідь обґрунтуйте.

а) Уряд ухвалив постанову про оплату навчання в усіх державних освітніх закладах.

б) Адміністрація підприємства безпідставно звільнила працівника.

Завдання 5. Проаналізуйте ситуації і поясніть, які з них можливі у правовій державі, а які — ні. Відповідь обґрунтуйте.

а) Рішенням ректорату вищого навчального закладу було визначено відсоток студентів, яких зарахують на перший курс залежно від їхнього соціального статусу й національності.

б) Податкова адміністрація наклала штраф на курівника підприємства через порушення ним податкового законодавства.

Завдання 6. Проаналізуйте ситуації і поясніть, які з них можливі у правовій державі, а які — ні. Відповідь обґрунтуйте.

а) Місцева влада заборонила вихід місцевої газети за її опозиційне спрямування.

б) Громадянин звернувся до суду зі скаргою на редакцію часопису за поширення недостовірних відомостей стосовно його особистого життя.

Завдання 7. Проаналізуйте ситуації і поясніть, які з них можливі у правовій державі, а які — ні. Відповідь обґрунтуйте.

а) Парламент країни ухвалив закон, що визначає одну офіційну релігію в державі.

б) Рішення адміністрації навчально-виховного закладу до навчального плану як обов'язковий предмет введено “Закон божий”

Завдання 8. Розгляньте ці ситуації і визначте, де й які права людини і громадянина порушені. Поясніть, чому.

1. Група людей, мотивуючи свої дії правом на свободу слова і зборів, проводила мітинг у місті, перекривши на кілька годин рух на центральному шосе.

2. Посилаючись на свободу слова, журналіст у своїх статтях закликає до міжнаціональної ворожнечі, конфлікту, повалення президента.

Завдання 9. Розгляньте ці ситуації і визначте, де й які права людини і громадянина порушені. Поясніть, чому.

1. Спираючись на право брати участь в управлінні державою, депутат — мер міста — сам запропонував себе на посаду президента країни.

2. Користуючись правом на свободу союзів, організацій, асоціацій, громадянин просить зареєструвати партію “Зелені” у складі 15 чоловік.

Завдання 10.

1. На одному із засідань Кабінету Міністрів України Прем'єр-міністр звинуватив голів державних адміністрацій у тому, що на території відповідних областей не знижується рівень інфляції. Відтак після спливу трьох тижнів відповідні голови державних адміністрацій будуть звільнені із займаних посад.

Зробіть правовий аналіз цієї тези на предмет законності; обсягу фінансових повноважень голів державних адміністрацій; дайте визначення що таке інфляція і до компетенції яких органів належить питання грошового обігу та стабільності національної грошової одиниці. Запропонуйте, в межах чинного законодавства, власний варіант рішення Голови Уряду щодо голів державних адміністрацій, яке б могло сприяти зниженню інфляції.

Професійні стандарти

Проаналізувати наведену ситуацію та запропонувати етичне її вирішення. Приклад ситуації:

1. Ви працюєте в PR-агентстві, ви в тендері на PR-обслуговування однієї компанії, яка планує запустити новий вид послуг. Ви отримуєте конфіденційну інформацію про цей продукт, що допомагає вам розробити хорошу пропозицію, але тендер виграє інша компанія. Чи можете ви поширити доступну вам конфіденційну інформацію? Як ви можете використати її етично?

2. Компанія, де ви – піарник, запрошує незалежного ученого в ролі експерта свого продукту, щоб він його протестував і підтримав. Ви маєте організувати публічні комунікації (пресконференцію, виступ для вашого спікера тощо) для поширення позитивних висновків цього ученого. Ви починаєте, але з'ясовуєте, що експерт – не учений, а просто «голова, що говорить». Ваші дії?

3. Роботодавець попросив Вас організувати тиск на депутатів, щоб ті проголосували проти проекту закону про охорону довкілля, який, у разі ухвалення, може негативно вплинути на роботу підприємства. Ваша реакція?

4. Ваш роботодавець пропонує вам створити громадську організацію, яка об'єднуватиме навколо себе представників громадськості на підтримку нового великого проекту вашого роботодавця. ГО буде підтримувати проект, натомість отримуватиме для всіх своїх учасників фінансову підтримку від вашої організації. Чи дія такої ГО етична? Що ви можете запропонувати як PR-фахівець?

5. Ваш роботодавець вам як фахівцю зі зв'язків з громадськістю у грубій формі дає вам завдання здійснити тиск на онлайн-видання та зняти негативну для вашої організації публікацію, яка там вийшла. Ваші дії?

6. Клієнт вашої ПР-агенції замовляє у вас відеоролик, у якому, як ви виявляєте із запропонованих даних, буде спотворено інформацію про організацію клієнта в бік перебільшення показників ефективності/фактів про діяльність/успіхи тощо. Ваші дії та пропозиції?

7. Вас запрошують на роботу в ПР-агентство копірайтером. У ході співбесіди ви розумієте, що, окрім стандартних ПР-проектів, у структурі агентства працює фабрика тролів, завдання для якої вам також доведеться виконувати. Ваші дії, аргументуйте вашу позицію.

8. Ваш роботодавець вам як ПР-фахівцю дає завдання організувати прес-тур для журналістів на виробництво вашої організації та забезпечити публікації від кожного учасника прес-туру у відповідному ЗМІ. Ваші дії та аргументи.

9. Ви – керівник відділу внутрішніх комунікацій – отримуєте від вищого керівництва завдання: збирати по всіх місцях неофіційного спілкування колег плітки, формувати звіт і надсилати його щоп'ятниці. Завдання конфіденційне. Ваші дії, пропозиції, аргументи.

10. Ви – керівник відділу внутрішніх комунікацій – отримуєте завдання знайти в колективі неформальних лідерів (лідерів громадської думки) та налагодити через них поширення в колективі правильних для компанії переконань за певні бонуси/ привілеї/ доплати. Ваші дії, пропозиції, аргументи.

11. Ви – керівник відділу внутрішніх комунікацій – отримуєте завдання розробити і запровадити алгоритм контролю емоцій працівників протягом робочого дня, щоб відсіяти і звільнити незадоволених, підвищити “рівень лояльності” працівників до роботодавця. Ваші дії, пропозиції, аргументи.

12. Ви – керівник відділу зовнішніх комунікацій підприємства в регіоні. У вашого підприємства є відомий недоброчиниць – представник місцевого ЗМІ. Ви отримуєте від вищого керівництва завдання: домовитися з ним про мовчання, як варіант – узяти на роботу на підприємство і гарантувати швидку кар'єру. Завдання конфіденційне. Ваші дії, пропозиції, аргументи.

Екзаменатори

доцент Чомахашвілі О.Ш.

ст. викладач Шевчук З.В.

Завідувач кафедри

професор Новохатько Л.М.