

ПВНЗ УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА
Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

Робоча програма навчальної дисципліни
ПРАВО У СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЯХ

ОБОВ'ЯЗКОВА ДИСЦИПЛІНА

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«Реклама та зв'язки з громадськістю»

Першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 061 Журналістика
галузі знань 06 Журналістика

Розробник: Книш В. В., доцент кафедри теорії та історії держави і права
юридичного факультету, кандидат юридичних наук, доцент.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри журналістики, реклами та зв'язків
з громадськістю»

Протокол № 1 від “31” серпня 2018 року

Завідувач кафедри журналістики, реклами та
зв'язків з громадськістю
Копистинська І.М.
“31” серпня 2018 року

ВСТУП

Мета викладання навчальної дисципліни є засвоєння студентами правових норм, теоретичних знань, здобуття вмінь, опрацювання та популяризація законодавства у сфері реклами та зв'язків з громадськістю, а також демонстрація його практичного застосування. Крім того, додатковою метою є акцентування уваги на своєрідності розвитку та правового регулювання реклами й зв'язків з громадськістю як видів масової комунікації в країнах Західної Європи, США, України.

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач:

Здатність діяти на основі етичних міркувань та правових норм

Програмові результати навчання, згідно з освітньо-професійною програмою:

- Використовувати норми чинного законодавства України та міжнародного права для захисту прав людини
- Дотримуватись правових норм діяльності, що законодавчо регулюють функціонування ЗМІ та роботу журналіста, діяльність у галузі реклами і зв'язків з громадськістю.

Для досягнення мети поставлені наступні **завдання**:

- вивчення нормативної бази у сфері реклами та зв'язків з громадськістю;
- засвоєння різних концепцій, поглядів, дискусійних положень з найбільш важливих проблем державного регулювання рекламної діяльності, розвиток вміння критично обмірковувати проблемні питання, щоб мати про них свою аргументовану думку, а також розвиток правового мислення, що допоможе правильно орієнтуватися в матеріалі;
- детальне вивчення конспектів лекцій та чинного законодавства, керівних роз'яснень пленуму Верховного суду України, підручників і навчальних посібників, додаткової літератури;
- сприяння правильному вмінню аналізувати та тлумачити правові норми, положення постанов пленуму Верховного суду України, застосовувати їх до конкретних обставин тощо.

Результати навчання. Згідно з вимогами освітньо-професійних та освітньо-кваліфікаційних програм студенти повинні **знати**:

- історію зародження, становлення і розвитку таких сучасних масових комунікацій, як реклама і зв'язки з громадськістю;
- основні тенденції правового регулювання рекламних і ПР-технологій;
- основи державного регулювання реклами і зв'язків з громадськістю як комунікацій;
- органи державного контролю у сфері реклами та зв'язків з громадськістю;
- особливості правового регулювання адміністративних проступків у сфері реклами;
- особливості укладення договору в сфері реклами та зв'язків з громадськістю;
- поняття цивільно-правової відповідальності в рекламній діяльності;
- сучасний стан розвитку реклами та зв'язків з громадськістю в Україні, його суттєві здобутки й недоліки, шляхи усунення останніх та виходу із кризових ситуацій, спираючись на науково-теоретичний та практичний досвід зарубіжних держав.

вміти:

- правильно застосовувати рекламне законодавство;
- оформляти скарги, претензії, позовні вимоги відповідно до норм чинного законодавства у провадженнях у справах про порушення законодавства про рекламу;
- аналізувати практичні казуси;
- розв'язувати практичні завдання.

Пререквізити: вивчення даної навчальної дисципліни студент розпочинає, прослухавши такі навчальні дисципліни, як: основи правознавства; основи журналістики (вступ до спеціальності); історія журналістики та соціальних комунікацій.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Освітньо-професійна програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів ESTS – 3	Освітньо-професійна «Реклама та зв'язки з громадськістю» програма першого рівня вищої освіти (бакалавр) за спеціальністю 061 Журналістика галузі знань 06 Журналістика	Обов'язкова (базова)	
Кількість модулів – 2		Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 90		3-ій	3-ій
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи – 4		Лекції	
		20	6
		Практичні, семінарські	
		22	2
		Самостійна робота	
	48	82	
	Вид контролю: екзамен		

Примітка. Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної роботи становить:

для денної форми навчання – 1/1,5

для заочної форми навчання – 1/10.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Поточне оцінювання студентів на семінарських заняттях здійснюється за чотирьох бальною шкалою, де «2» - незадовільно; «3» - задовільно; «4» - добре; «5» – відмінно. Підсумковий контроль у вигляді екзамену проводиться у тестовій формі і оцінюється відповідно до шкали оцінювання знань студентів за ЄКТС:

Шкала в балах	Національна шкала	Шкала ЄКТС
90-100 балів	5 «відмінно»	A
80-89 балів	4 «дуже добре»	B
65-79 балів	4 «добре»	C
55-64 бали	3 «задовільно»	D
50-54 бали	3 «достатньо»	E
35-49 балів	2 «незадовільно»	FX
1-34 бали	2 «неприйнятно»	F

МЕТОДИ НАВЧАННЯ ТА ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так і інтерактивних навчальних технологій, серед яких: лекції проблемного характеру, міні-лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, мозкові атаки, кейс-метод, презентації, метод проектної роботи. Діагностика (моніторинг і перевірка) результатів навчання здійснюється шляхом виконання студентами:

- 1) тестових завдань;
- 2) розв'язування задач;
- 3) підготовкою наукових статей;
- 4) презентацій та виступів на наукових заходах;
- 5) підсумкового екзамену у тестовій формі.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль I. Правові засади регулювання рекламної діяльності та сфери зв'язків з громадськістю в Україні

Тема 1. Нормативно-правові засади регулювання рекламної діяльності в Україні

Історичний аспект формування рекламного законодавства в Україні.

Поняття, мета рекламного законодавства. Принципи рекламного законодавства.

Загальна характеристика законодавства України про рекламу. Закон України «Про рекламу».

Правові засади рекламної діяльності, визначені міжнародними договорами.

Міжнародно-правове регулювання рекламної діяльності.

Особливості нормативно-правової бази у сфері зв'язків з громадськістю.

Тема 2. Державно-правове регулювання окремих видів рекламної діяльності в Україні

Захист суспільної моралі в рекламному законодавстві. Поняття суспільної моралі.

Поняття, мета та завдання соціальної реклами. Правові проблеми соціальної реклами та її відмежування від інших видів рекламної діяльності. Принципи ефективності соціальної реклами. Правове регулювання некомерційної реклами у зарубіжних країнах.

Політична реклама та її нормативне врегулювання.

Тема 3. Державний контроль у сфері реклами та зв'язків з громадськістю

Державний контроль рекламної діяльності як складова адміністративно-правового регулювання. Мета державного контролю рекламної діяльності. Завдання державного контролю рекламної діяльності. Основні ознаки державного контролю рекламної діяльності.

Суб'єкти управління та об'єкти державного управління реклами. Система державних організацій, уповноважених здійснювати державне регулювання рекламною діяльністю.

Предмет державного контролю рекламної діяльності рекламодавця, виробника реклами та розповсюджувача реклами.

Методи державного контролю рекламної діяльності в Україні. Методи державного контролю рекламної діяльності на інформаційній, аналітичній та регулятивній стадії.

Форми державного контролю рекламної діяльності в Україні. Форми попереднього та поточного контролю.

Державне регулювання реклами у країнах ЄС.

Тема 4. Правове регулювання адміністративних проступків у сфері реклами.

Поняття та зміст об'єкта проступків у сфері рекламної діяльності.

Реклама та рекламна діяльність як предмет адміністративного проступку.

Характеристика об'єктивної сторони проступків у сфері рекламної діяльності.

Поняття та загальна характеристика суб'єкта адміністративного проступку у сфері рекламної діяльності.

Характеристика суб'єктивної сторони проступків у сфері рекламної діяльності.

Змістовий модуль II. Відповідальність за порушення законодавства про рекламу та зв'язків з громадськістю

Тема 5. Правові засади адміністративної відповідальності за порушення законодавства про рекламу. Загальна характеристика адміністративного провадження у справах про порушення законодавства про рекламу.

Місце і роль адміністративної відповідальності у адміністративно-правовому регулюванні рекламної діяльності.

Правові засади адміністративної відповідальності за порушення законодавства про рекламу.

Поняття та стадії провадження у справах про порушення законодавства про рекламу.

Адміністративно-процесуальний статус суб'єктів провадження у справах про порушення законодавства про рекламу.

Система стягнень, що застосовуються до учасників рекламної діяльності.
Види стягнень, що застосовуються до учасників рекламної діяльності.

Тема 6. Інтелектуальна власність і реклама

Законодавство про інтелектуальну власність.

Реклама як об'єкт права інтелектуальної власності.

Вимоги законодавства, що регулює інтелектуальну власність щодо рекламного продукту.

Захист права інтелектуальної власності у в сфері реклами та зв'язків з громадськістю.

Тема 7. Цивільно-правовий договір як регулятор рекламних відносин.

Цивільні правовідносини в сфері реклами.

Загальні положення про цивільно-правовий договір в сфері рекламних договорів. Характеристика договорів у сфері реклами.

Місце договору на створення та розповсюдження реклами в системі договірних права.

Поняття та елементи договору на створення та розповсюдження реклами.
Характеристика договору на створення та розповсюдження реклами.

Правове становище сторін в договорі на створення та розповсюдження реклами. Сторони договору на створення та розповсюдження реклами. Види договору реклами.

Порядок укладення договору на створення та розповсюдження реклами.
Форма договору на створення та розповсюдження реклами

Виконання договору на створення та розповсюдження реклами

Тема 8. Цивільно-правова відповідальність за порушення у рекламних відносинах

Поняття та структурні елементи деліктних зобов'язань за порушення у рекламних відносинах.

Поняття підстав для відповідальності за завдану майнову та немайнову (моральну) шкоду. Загальні підстави деліктної відповідальності.

Протиправна поведінка як підстава деліктної відповідальності.

Шкода як підстава деліктної відповідальності.

Причинно-наслідковий зв'язок як підстава деліктної відповідальності.

Вина як підстава деліктної відповідальності.

Відповідальність без вини.

Суб'єкт, об'єкт та зміст недоговірною зобов'язання.

Значення має вина заподіювача шкоди у деліктних зобов'язання. Склад цивільного правопорушення і його елементи.

Форми протиправної поведінки і юридичних обов'язків.

Випадки відшкодування моральної шкоди незалежно від вини особи, яка її завдала.

Казус (випадок) як підстава звільнення від деліктної відповідальності.

Непереборна сила як підстава звільнення від деліктної відповідальності .

Умисел потерпілого як підстава звільнення від деліктної відповідальності .

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

Назви розділів і тем	Кількість годин									
	Денна форма					Заочна форма				
	Всього	у тому числі				Всього	у тому числі			
		л	п	с	с.р.		л	п	с	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Змістовий модуль I. Правові засади регулювання рекламної діяльності та сфери зв'язків з громадськістю в Україні										
Тема 1. Нормативно-правові засади регулювання рекламної діяльності в Україні	10	2		2	6	10	2			8
Тема 2. Державно-правове регулювання окремих видів рекламної діяльності в Україні	10	2		2	6	10				10
Тема 3. Державний контроль у сфері реклами та зв'язків з громадськістю	10	2		2	6	10				10
Тема 4. Правове регулювання адміністративних проступків у сфері реклами	10	2		2	6	10				10
Разом за змістовим модулем 1	40	8		8	24	40	2			38
Змістовий модуль II. Відповідальність за порушення законодавства про рекламу та зв'язків з громадськістю										
Тема 5. Правові засади адміністративної відповідальності за порушення законодавства про рекламу.	10	2		2	6	12				12

Загальна характеристика адміністративного провадження у справах про порушення законодавства про рекламу										
Тема 6. Інтелектуальна власність і реклама	10	4		4	6	14	2			12
Тема 7. Цивільно-правовий договір як регулятор рекламних відносин	10	4		4	6	14	2		2	10
Тема 8. Цивільно-правова відповідальність за порушення у рекламних відносинах	10	2		4	6	10				10
Разом за змістовим модулем 2	50	12		14	24	50	4		2	44
Екзамен										
Всього годин	90	20		22	48	90	6		2	82

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996р. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – №30. – Ст. 141.
2. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.03р. // Відомості Верховної Ради України. – 2003. - №№ 18-22. – Ст. 144.
3. Цивільний кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 року.
4. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 07.06.96р., із зм. і доп.// Відомості Верховної Ради України, 1996 р., N 36, ст. 164.
5. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001р., із зм. і доп.// Відомості Верховної Ради України, 2001 р., N 12, ст. 64.
6. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23.12.93р.// Відомості Верховної Ради України, 1994, N13 від 29.03.94. - В ред. Закону N 2627-III від 11.07.2001, Відомості Верховної Ради України, 2001, N 43, ст.214.
7. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16.11.1992 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 1. – Ст. 1.
8. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 39. – Ст. 181.
9. Про захист суспільної моралі: Закон України від 20.11.2003 р. // Відомості Верховної Ради. – 2004. – № 14. – Ст. 192.
10. Про заходи для запобігання несумлінної реклами і її припиненню: Указ Президента України від 05.12.1994 р. // Урядовий кур'єр. – 1995. – 12 січ.
11. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1992. - № 48. – Ст. 650.
12. Про ліцензування певних видів господарської діяльності: Закон України від 01.06.2000 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – № 36 – Ст. 299.
13. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 15.12.1993 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 7. – Ст. 36.

14. Про телебачення і радіомовлення: Закон України від 21.12.1993 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – №10. – Ст. 43.

15. Про державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення: Декрет Кабінету Міністрів України від 08.04.1993 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 23. – Ст. 152.

16. Про затвердження нормативних актів з питань реклами лікарських засобів: Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 10 червня 1997 р. № 177 // Бизнес. – 1997. – № 20. – С 23– 28.

17. Про затвердження Порядку накладання штрафів за порушення законодавства про рекламу та Порядку відрахування на виробництво соціальної рекламної інформації про шкоду тютюнопаління та вживання алкогольних напоїв: Постанова Кабінету Міністрів України від 08.09.1997 р. // Офіційний вісник України. – 1997. – № 37. – Стр. 31.

18. Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами: Постанова Кабінету Міністрів України від 29.12.1993 р. // Офіційний вісник України. – 2003. – № 40. – Стр. 356.

19. Директива № 79/112/ЄЕС Ради ЄЕС про зближення законів держав – членів ЄЕС щодо маркування, представлення і реклами харчових продуктів, призначених для продажу кінцевому споживачу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pravo-law.kiev.ua>

20. Директива ЄС про узгодження законів, правил та адміністративних положень в державах-членах ЄС відносно реклами, що вводить в оману (дезорінтує від 10 вересня 1984 р. Misleading Advertising Directiv 84/450/ЄЕС // Official Journal of Euvropean Communities, L 113, 30.04.92.).

21. Директива Ради ЄС про рекламування медичних препаратів для людей 92/28/ЄЕС від 31.03.1992 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pravo-law.kiev.ua>

22. Європейська конвенція про транскордонне телебачення : (Страсбург, 5 травня 1989 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>

23.Лист Вищого господарського суду України від 16.03.2006 р. № 01-8/638 «Про практику застосування господарськими судами законодавства про рекламу та про інформацію» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

24.Лист Вищого господарського суду України від 22.11.2006 р. № 01-8/2622 «Про деякі питання практики вирішення спорів, пов'язаних із застосуванням законодавства про рекламу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

25.Наказ Міністерства охорони здоров'я України Про затвердження Порядку погодження інформації, яка може міститися в рекламі лікарських засобів для дітей і підлітків, та видачі дозволу на рекламування лікарських засобів для дітей і підлітків від 10. 06. 1997 р. № 177 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : www.rada.gov.ua

26.Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 09 листопада 2011 р. N 206 «Про затвердження Положення про інспекції з питань захисту прав споживачів в Автономній Республіці Крим, областях, містах Києві та Севастополі» // <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1337-11/print1361271991804081>

27.Постанова Кабінету Міністрів України «Про Державний комітет телебачення та радіомовлення України» від 11 липня 2007 р. N 897 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : www.rada.gov.ua

28.Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами" від 29 грудня 2003 р. № 2067 // Офіційний вісник України. – 2004. – № 1. – Ст. 2817.

29.Постанова Кабінету Міністрів України „Про затвердження Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу” від 26 травня 2004 р. № 693 // Офіційний вісник України. – 2004. – № 21. – Ст. 1440.

30.Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку виробництва і розповсюдження соціальної рекламної інформації органів

виконавчої влади» від 30 квітня 2008 р. № 990 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : www.rada.gov.ua

31.Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Угоди про співробітництво держав – учасниць СНД у сфері регулювання рекламної діяльності» від 13 грудня 2004 р. № 1654 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

32.Гуз А.М. Історія захисту інформації в Україні та провідних країнах світу: Навчальний посібник / А.М. Гуз. – К.: КНТ, 2007. – 260 с.

33.Інформаційний простір України: Словник-довідник законодавчих термінів: довідково-навчальне видання / Автор-укладач Я.О.Чепуренко / Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова. – К.: “Освіта України”, 2008. – 544 с.

34.Інформація та реклама в Україні: зб. законодав. і нормат. актів: (офіц. текст)/ упоряд. Ю.В. Паливода. – К.: ПАЛИВОДА А.В., 2010. – 440 с.

35.Кузнецова О.Д. Правові норми журналістики України: Посібник / О.Д. Кузнецова. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім.І.Франка, 2006. – 352 с.

36.Марущак А.І. Інформаційне право: доступ до інформації: Навчальний посібник / А.І. Марущак. – К.: КНТ, 2007. – 532 с.

37.Микитенко Л. Правове регулювання реклами та рекламної діяльності: проблеми теорії / Л. Микитенко // Підприємництво, господарство і право. – 2003. – № 10. – С. 37–40.

38.Микитенко Л. А. Актуальні питання створення системи органів державного управління у сфері рекламної діяльності / Л. А. Микитенко // Вісник КНТЕУ. – 2005. – № 1. – С. 12–16.

39.Микитенко Л. А. Вдосконалення державного контролю рекламної діяльності / Л. А. Микитенко // Вісник господарського судочинства. – 2006. – № 2. – С. 205–212.

40.Микитенко Л. А. Проблеми реалізації окремих положень Закону України «Про рекламу» / Л. А. Микитенко // Держава і право: зб. наук. праць. Юридичні і політичні науки. – К. : Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2006. – Вип. 26. – С. 241–246.

41. Основи інформаційного права України: навч. посіб./ В.С. Цимбалюк, В.Д. Гавловський, В.М. Брижко; за ред. М.Я. Швеця, Р.А. Калюжного та П.В. Мельника. 2-ге вид., переробл. і допов. – К.: Знання, 2009. – 414 с.

42. Марущак А. Доступ до інформації: права журналістів / А. Марущак . – [Електронний ресурс]: http://www.uapp.org/uk/legal_library/11/21.html.

43. Приступенко Т.О. Теорія журналістики: Етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / Т.О. Приступенко. — К., 2011. — 351 с.

44. Ромат Е. В. Реклама: Підручник для студентів фаху «Маркетинг». – 3-е вид., перероб. і доп. – Київ; Харків: НВФ «Студцентр», 2000. – 416 с.

45. Цивільне право України. Підручник. Є.О. Харитонов, Н.О. Саніахметова – К.: «Істина», 2003. – 776с.

46. Цивільне право України. Підручник. У двох томах. За заг. ред. Я.М. Шевченко – Т.1. Загальна частина. – К. Концерн: «Видавничий дім» «Ін Юре», 2003. – 520с., Т.2. Особлива частина. – 406с.

47. Цивільне право України. Підручник. У двох томах. За заг. ред. В.І. Борисової, І.В. Спасибо-Фатєєвої та В.Л. Яроцького – К.: Юрінком Інтер, 2004. – Т.1. – 480с., – Т.2. – 551с.

48. Цивільне право України: Підручник. Видання третє, перероблене і доповнене: Підручники, навчальні посібники, / Старцев О. В., Харитонов Є. О., Харитонова О. І., — 2013. — 808 с.

49. Цивільне право : підручник : у 2 т. / НУ "ЮАУ ім. Я. Мудрого" ; за ред. : В. І. Борисова, І. В. Спасибо-Фатєєва, В. Л. Яроцький. – Х. : Право, 2011. – Т. 1. – 656 с. Т. 2. – 816 с.

50. Цимбалюк В.С. Інформаційне право (основи теорії і практики). Монографія / В.С. Цимбалюк.– К.: “Освіта України”, 2010. – 388 с.

51. Шевчук Д.А. Реклама и рекламная деятельность: конспект лекций. – М. 2010. – Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.litmir.net/br/?b=139294>.

52. Шишка О.Р. Юридична характеристика договору реклами // Вісн. Нац. ун-ту внутр. справ. – Вип. 22. – 2003. – С. 345-350.

53. Шишка О.Р. Рекламна діяльність органів внутрішніх справ // Проблеми правознавства та правоохоронної діяльності. – 2003. - №2. – С.165-168.

54. Шишка О.Р. Проблеми регулювання рекламної діяльності // Вісн. Одес. інс-ту внутр. справ. – 2004. – №4 – С. 214-216.

55. Шишка О.Р. Локомотив без двигуна, а двигун – без іскри (реклама без Господарського кодексу) // Актуальні проблеми держави і права: Зб. наук. праць. – Одеса: Юридична література. – Вип. 22. – 2004. – С. 543-546.

56. Шишка О.Р. Реклама як спеціальна інформація // Вісн. Запоріж. держ. ун-ту. – 2004. – №2 – С. 138-142.

Додаткова:

1. Аكوпова Т.С. Политическая реклама: монограф. – Ярославль: ЯрГУ, 2007.

2. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній

3. діяльності: Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2005. — 275 с.

4. Блэк Сэм. PR: Международная практика. – М.: Издательский Дом «Довгань», 1997.

5. Богданов Е., Зазыкин В. Психологические основы Паблик рилейшнз. – СПб.: Питер, 2003. – 208 с.

6. Векслер А. История Public Relations: попытка хронологии // Советник. – 1998. –

7. №9-10; 1999. – №1-2.

8. Давыдов Д.Г. Психология Паблик Рилейшенз. Учебное пособие. – М.: СГА, 2006.

9. Дороти Доти И. Паблисити и паблик рилейшнз / Перевод с англ. – М.: Информационно-издательский дом "Филинь", 1988. – 288 с.

10. Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама: монограф. – М.: Никколо-Медиа, 2002.

11. Зуляр Ю.А. Массовые коммуникации в рекламе: Учебник для вузов. – Иркутск: Оттиск, 2006. – 405 с.

12. Иванченко Г. В. Реальность Паблик рилейшнз. Смысл, 1999. – 153 с.

13. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. — М.: Алгоритм, 2000.

14. Катлип Скотт, М., Сентер Аллен, Х., Брум Глен, М. Паблик рилейшнз. Теория и практика, 8-е изд.: М., 2003.
15. Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации. – М.: Эксмо, 2005. – 85с.
16. Лисовский С.Ф. Политическая реклама: монограф. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000.
17. Мехлер Г. Власть и магия PR. – СПб.: Питер, 2004.
18. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. Часть I.
19. Эффективные рекламные технологии. Паблик рилейшнз. Промоушн.
20. Маркетинг. – М.: Евразийский регион, 1998.
21. Обрителько Б.А. Реклама і рекламна діяльність: Курс лекцій. – К.: МАУП, 2002. – 240 с.
22. Огилви Д. Огилви о рекламе. — М.: Эксмо, 2004.
23. Олехнович Е.А. Рекламоведение. – Минск: БГУИР, 2006. – 108 с.
24. Ольшанский Д.В. Политический PR: монограф. – СПб., 2003.
25. Основы реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред.
26. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2011. – 431 с.
28. Очерки истории связей с общественностью/ Отв. ред. А.Д.Кривоносов. – СПб.: Роза мира, 2005.
29. Пиз А., Пиз Б. Новый язык телодвижений. — М.: Эксмо, 2005.
30. Подгорная Л.Д. Политическая реклама как форма коммуникации современного общества / Л.Д.Подгорная // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия: Политология. – 2006. – № 8. – С. 85–94 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.humanities.edu.ru/db/msg/81497>.
32. Почекаев Р.Ю. История связей с общественностью. – СПб.: Питер, 2007.
33. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века. — М., К.: Рефл-бук, 2000.
34. Райс Э., Райс Л. Расцвет пиара и упадок рекламы. – М.: Ермак, 2004.

35. Рекламная деятельность: уч. пособие / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – М.: Дашков и К., 2003. – 264 с.

36. Светлакова Наталья. Реклама, которая вас убивает. – М.: Вече, 2007. – 176 с.

Інтернет-ресурси:

Назва ресурсу або організації	Мова ресурсу	Електронна адреса
Веб-сайти наукових установ		
Міжнародна асоціація юридичних наук (МАЮН)/ International Association of Legal Science	Англ., фр.	http://aisj-ials.org
Законодавство України	Укр.	http://zakon1.rada.gov.ua/laws/main
Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України	Укр., рос., англ.	http://www.mon.gov.ua/index.php/ua/
Правові системи країн світу: дослідницька група JuriGlobe (Університет Оттави)	Рос., англ., фр., ісп., кит., араб.	http://www.juriglobe.ca
Офіційний сайт наукової діяльності Національної академії ім. Я. Мудрого	Укр.	http://nulau.org.ua/index.php?r=biblio
Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського	Укр., рос., англ.	http://www.nbuv.gov.ua/
Харківська державна наукова бібліотека	Укр.	http://korolenko.kharkov.com/
Національна парламентська бібліотека України	Укр., рос., англ.	http://www.nplu.kiev.ua/
Наукова бібліотека ім. М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка	Укр., рос., англ.	http://lib-gw.univ.kiev.ua/
Наукова бібліотека Національного університету «Одеська юридична академія»	Рос.	http://onua.edu.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=182&Itemid=32&lang=ru