

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	3
-----------------------	---

## ГЛАВА I ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ И ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

<b>1.1. Правовые основы рекламной деятельности</b> .....	6
Правовое регулирование рекламной деятельности .....	21
Правовой статус субъектов рекламной деятельности .....	23
Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.....	28
<b>1.2. Правовые основы выставочно-ярмарочной деятельности</b> .....	30
Нормативные правовые акты, регулирующие выставочно-ярмарочную деятельность .....	30
Правовое регулирование и координация выставочно-ярмарочной деятельности в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций .....	32
<b>1.3. Правовые основы саморегулирования в рекламе</b> .....	37
Правовые основы саморегулирования в рекламе в Российской Федерации .....	37
Правовые основы саморегулирования в рекламной деятельности в зарубежных странах .....	43
<b>1.4. Сравнительный анализ нормативного правового регулирования рекламной и выставочной деятельности в Российской Федерации и зарубежных странах (на примере законодательства США)</b> .....	56

## ГЛАВА II ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

<b>2.1. Эволюция связей с общественностью и их правовой основы</b> .....	64
<b>2.2. Правовое обеспечение связей с общественностью</b> .....	77
<b>2.3. Система саморегулирования в связях с общественностью</b> .....	96

## ГЛАВА III ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТОВ И СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

3.1. Социально-правовые основы обеспечения свободы массовой информации и информационной безопасности.....	104
3.2. Правовая основа информационной деятельности посредством новых информационных технологий и Сети.....	117
3.3. Правовое регулирование деятельности СМИ.....	124
Правовое регулирование деятельности СМИ в Российской Федерации .....	125
Правовое регулирование СМИ в зарубежных странах .....	128
Информационное взаимодействие власти и общества в России .....	140
3.4. Развитие современных механизмов саморегулирования профессиональной деятельности отечественных и зарубежных журналистов .....	143
Саморегулирование СМИ в современной России .....	146
Развитие современных механизмов саморегулирования СМИ.....	151
3.5. Соотношение правовых и этических норм в деятельности журналиста и специалиста по связям с общественностью .....	153

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Общемировые проблемы регулирования информационно-коммуникационной деятельности .....	171
--	-----

ГЛОССАРИЙ.....	173
----------------	-----

## ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ

Законодательство РФ и зарубежных стран .....	209
Учебники, учебные пособия монографии, статьи .....	214
Законодательство РФ .....	220