

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 26.07.2024 16:13:26

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт права

Кафедра Правового обеспечения экономической деятельности

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 30 мая 2024 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины

Б1.В.ДЭ.07.01 Правовое регулирование
рекламной деятельности

**Основная профессиональная
образовательная программа**

40.05.01 Правовое обеспечение национальной
безопасности программа Гражданско-правовая

Квалификация (степень) выпускника Юрист

Самара 2024

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт Институт права
Кафедра Правового обеспечения экономической деятельности

АННОТАЦИЯ

Наименование дисциплины	Б1.В.ДЭ.07.01 Правовое регулирование рекламной деятельности
Основная профессиональная образовательная программа	40.05.01 Правовое обеспечение национальной безопасности программа Гражданско-правовая

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт Институт права
Кафедра Правового обеспечения экономической деятельности

УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом Университета
(протокол № 10 от 30 мая 2024 г.)

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Наименование дисциплины	Б1.В.ДЭ.07.01 Правовое регулирование рекламной деятельности
Основная профессиональная образовательная программа	40.05.01 Правовое обеспечение национальной безопасности программа Гражданско-правовая

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Содержание (ФОС)

Стр.

- 6.1 Контрольные мероприятия по дисциплине
- 6.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 6.3 Паспорт оценочных материалов
- 6.4 Оценочные материалы для текущего контроля
- 6.5 Оценочные материалы для промежуточной аттестации
- 6.6 Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Правовое регулирование рекламной деятельности входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору) блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Право социального обеспечения, Семейное право, Наследственное право, Право интеллектуальной собственности, Земельное право, Правовое регулирование несостоятельности (банкротства), Правовой режим недвижимости, Правовое регулирование расчетных отношений, Обеспечение исполнения обязательств, Корпоративное право, Арбитражный процесс, Арбитражно-процессуальное право, Антимонопольное право, Правовое регулирование защиты конкуренции

Последующие дисциплины по связям компетенций: Договорное право, Проблемы гражданского права, Вещное право, Нотариат и адвокатура, Правовые основы нотариальной и адвокатской деятельности

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Правовое регулирование рекламной деятельности в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен осуществлять деятельность по реализации правовых норм, совершать юридически значимые действия и отражать их результаты в гражданско-правовой и иной документации, представлять интересы субъектов права при взаимодействии с государственными и муниципальными органами, в том числе осуществлять представительство в суде

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-2	ПК-2.1: Знать: нормативно-правовую базу и порядок осуществления деятельности по реализации правовых норм, совершению юридически значимых действий и отражению их результаты в гражданско-правовой и иной документации, представления интересов субъектов права при взаимодействии с государственными и муниципальными органами, в том числе осуществления представительства в суде	ПК-2.2: Уметь: применять нормативно-правовую базу, регламентирующую порядок осуществления деятельности по реализации правовых норм, совершать юридически значимых действий и отражать их результаты в гражданско-правовой и иной документации, представлять интересы субъектов права при взаимодействии с государственными и муниципальными органами, в том числе осуществлять представительства в суде	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки): навыками осуществления деятельности по реализации правовых норм, совершению юридически значимых действий и отражению их результаты в гражданско-правовой и иной документации, представлению интересов субъектов права при взаимодействии с государственными и муниципальными органами, в том числе осуществлению представительства в суде

ПК-4 - Способен юридически правильно квалифицировать факты и обстоятельства, проводить правовую экспертизу документов, правовых актов, давать квалифицированные юридические заключения и консультации в конкретных видах юридической деятельности

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-4	ПК-4.1: Знать:	ПК-4.2: Уметь:	ПК-4.3: Владеть (иметь навыки):
	Систему юридической документации и правила их оформления, принципы правовой квалификации фактов и обстоятельств; методологию подготовки юридического заключения, методику проведения юридической консультации; принципы оценки действия правовой нормы; систему юридической терминологии, необходимой для дачи юридического заключения и юридических консультаций	юридически правильно применять методы и способы квалификации фактов и обстоятельств в практической деятельности; готовить правовые заключения анализировать юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения; давать устные и письменные консультации, проводить экспертизу документов и правовых актов	приемами правовой квалификации фактов и обстоятельств, навыками подготовки правовых заключений, навыками юридического консультирования, приемами осуществления правовой экспертизы документов и правовых актов

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 9
Контактная работа, в том числе:	36.15/1
Занятия лекционного типа	18/0.5
Занятия семинарского типа	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	53.85/1.5
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

очно-заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 10
Контактная работа, в том числе:	4.15/0.12
Занятия лекционного типа	2/0.06

Занятия семинарского типа	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	85.85/2.38
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Правовое регулирование рекламной деятельности представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Общая часть	9	9			27	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
2.	Особенная часть	9	9			26.85	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
	Контроль	18					
	Итого	18	18	0.15		53.85	

очно-заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Общая часть	1	1			43	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
2.	Особенная часть	1	1			42.85	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
	Контроль	18					
	Итого	2	2	0.15		85.85	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Общая часть	лекция	Понятие и признаки рекламы
		лекция	Система источников правового регулирования рекламной деятельности в РФ
		лекция	Правовое регулирование отдельных видов объектов
2.	Особенная часть	лекция	Отдельные способы распространения рекламы
		лекция	Договоры в сфере рекламной деятельности

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Общая часть	практическое занятие	Понятие и признаки рекламы
		практическое занятие	Система источников правового регулирования рекламной деятельности в РФ
		практическое занятие	Правовое регулирование отдельных видов объектов
2.	Особенная часть	практическое занятие	Отдельные способы распространения рекламы
		практическое занятие	Договоры в сфере рекламной деятельности

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Общая часть	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Особенная часть	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Арзуманян, А. Б. Правовое регулирование рекламы в России и за рубежом : учебное пособие / А. Б. Арзуманян. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2021. — 116 с. — ISBN 978-5-9275-3963-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121924.html>

Дополнительная литература

1. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541448>

2. Кожевников, О. А. Правовое положение некоммерческих организаций в Российской Федерации : учебное пособие для вузов / О. А. Кожевников, А. В. Нечкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13991-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544090>

3. Коммерческое право : учебник для вузов / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов ; под редакцией С. Н. Бабурина, Н. А. Машкина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 455 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14756-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535623>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Astra Linux Special Edition «Смоленск», «Орел»; РедОС
2. МойОфис Стандартный 2, МойОфис Образование, Р7-Офис Профессиональный

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)

2. Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации» (<http://pravo.gov.ru/>)

3. Профессиональная база данных Конституционного Суда Российской Федерации (Официальный сайт Конституционного Суда Российской Федерации // www.ksrf.ru/);

4. Профессиональная база данных Верховного Суда Российской Федерации (Официальный сайт Верховного Суда Российской Федерации // www.vsrif.ru/);

5. Профессиональная база данных Министерства юстиции Российской Федерации (Официальный сайт Министерства юстиции Российской Федерации // www.minjust.ru/);

6. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства труда и социальной защиты РФ в сети Интернет» (Портал «официальная Россия <https://rosmintrud.ru/>).

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
---	---

Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Правовое регулирование рекламной деятельности:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	+
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен осуществлять деятельность по реализации правовых норм, совершать юридически значимые действия и отражать их результаты в гражданско-правовой и иной документации, представлять интересы субъектов права при взаимодействии с государственными и муниципальными органами, в том числе осуществлять представительство в суде

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	<p>ПК-2.1: Знать:</p> <p>нормативно-правовую базу и порядок осуществления деятельности по реализации правовых норм, совершению юридически значимых действий и отражению их результаты в гражданско-правовой и иной документации, представления интересов субъектов права при взаимодействии с государственными и муниципальными органами, в том числе осуществления представительства в суде</p>	<p>ПК-2.2: Уметь:</p> <p>применять нормативно-правовую базу, регламентирующую порядок осуществления деятельности по реализации правовых норм, совершать юридически значимых действий и отражать их результаты в гражданско-правовой и иной документации, представлять интересы субъектов права при взаимодействии с государственными и муниципальными органами, в том числе осуществлять представительства в суде</p>	<p>ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):</p> <p>навыками осуществления деятельности по реализации правовых норм, совершению юридически значимых действий и отражению их результаты в гражданско-правовой и иной документации, представлению интересов субъектов права при взаимодействии с государственными и муниципальными органами, в том числе осуществлению представительства в суде</p>
Пороговый	Нормативно-правовые акты и порядок осуществления деятельности по реализации правовых норм и совершению юридически значимых действий	Применять нормативно-правовые акты, регламентирующие порядок осуществления деятельности по реализации правовых норм и совершению юридически значимых действий	Иметь навыки применения нормативно-правовых актов, регламентирующих порядок осуществления деятельности по реализации правовых норм и совершению юридически значимых действий
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Порядок осуществления юридически значимых действий, правила отражения их результатов в гражданско-правовой и иной документации, порядок осуществления представительства, включая судебное	Применять порядок осуществления юридически значимых действий, применять правила отражения результатов юридически значимых действий в гражданско-правовой и иной документации, порядок осуществления представительства, включая судебное	Иметь навыки применения порядка осуществления юридически значимых действий, применения правил отражения результатов юридически значимых действий в гражданско-правовой и иной документации, порядка осуществления представительства, включая судебное
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	Дополнительные требования к порядку досудебного урегулирования споров	Применять дополнительные требования к порядку досудебного	Навыками применения дополнительных требований к порядку досудебного

		урегулирования споров	урегулирования споров
--	--	-----------------------	-----------------------

ПК-4 - Способен юридически правильно квалифицировать факты и обстоятельства, проводить правовую экспертизу документов, правовых актов, давать квалифицированные юридические заключения и консультации в конкретных видах юридической деятельности

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-4.1: Знать: Систему юридической документации и правила их оформления, принципы правовой квалификации фактов и обстоятельств; методологию подготовки юридического заключения, методику проведения юридической консультации; принципы оценки действия правовой нормы; систему юридической терминологии, необходимой для дачи юридического заключения и юридических консультаций	ПК-4.2: Уметь: юридически правильно применять методы и способы квалификации фактов и обстоятельств в практической деятельности; готовить правовые заключения анализировать юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения; давать устные и письменные консультации, проводить экспертизу документов и правовых актов	ПК-4.3: Владеть (иметь навыки): приемами правовой квалификации фактов и обстоятельств, навыками подготовки правовых заключений, навыками юридического консультирования, приемами осуществления правовой экспертизы документов и правовых актов
Пороговый	систему юридической документации и правила ее оформления, принципы правовой квалификации фактов и обстоятельств	применять систему юридической документации и правила ее оформления, принципы правовой квалификации фактов и обстоятельств	навыки применения юридической документации и правил ее оформления, навыки правовой квалификации фактов и обстоятельств
Стандартный (в дополнение к пороговому)	методологию подготовки юридического заключения, методику проведения юридической консультации; принципы оценки действия правовой нормы	Самостоятельно применять методологию подготовки юридического заключения, методику проведения юридической консультации; давать оценку действию правовой нормы	Навыки самостоятельной подготовки юридического заключения, навыками проведения юридической консультации; навыками оценки действия правовой нормы
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	систему юридической терминологии, необходимой для дачи юридического заключения и юридических	применять юридическую терминологию, необходимую для дачи юридического заключения и юридических	навыками применения юридической терминологии, необходимой для дачи юридического заключения и юридических

	консультаций	консультаций	консультаций
--	--------------	--------------	--------------

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Общая часть	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Оценка презентаций Устный/письменный опрос Тестирование	зачет
2.	Особенная часть	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Оценка презентаций Устный/письменный опрос Тестирование	зачет

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Общая часть	Правовое регулирование рекламы отдельных видов объектов
Особенная часть	Отдельные способы распространения рекламы
	Договоры в сфере рекламной деятельности

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы
Общая часть	<p>Понятие рекламы и ее правовая характеристика. Понятие добросовестной рекламы. Понятие недостоверной рекламы. Понятие недобросовестной рекламы. Рекламная деятельность как один из видов предпринимательской деятельности. Признаки рекламы. Субъекты рекламной деятельности (рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель). Основные требования, предъявляемые к рекламе. Специальные требования к рекламной деятельности. Срок действия рекламы, признаваемой офертой. Сроки хранения рекламных материалов. Конституционные основы рекламной деятельности в РФ. Международный кодекс рекламной практики Международной торговой палаты как источник правового регулирования рекламной деятельности. Европейская конвенция о трансграничном телевидении как источник правового регулирования рекламной деятельности. Европейское соглашение о международных автомагистралях как источник правового регулирования рекламной деятельности. Европейская конвенция о совместном кинопроизводстве как источник правового регулирования рекламной деятельности. Европейская конвенция о психотропных веществах как источник правового регулирования рекламной деятельности. Применение норм Европейской конвенции о трансграничном телевидении в рекламной деятельности. Гражданский кодекс РФ: четвертая часть как источник правового регулирования рекламной деятельности. Закон Российской Федерации «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» как источник правового регулирования рекламной деятельности. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» как источник правового регулирования рекламной деятельности. Закон РФ «О</p>

	<p>рекламе» как источник правового регулирования рекламной деятельности. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» как источник правового регулирования рекламной деятельности. .Правовое регулирование социальной рекламы. Правовое регулирование рекламы с участием несовершеннолетних. Правовое регулирование спонсорской рекламы. Правовое регулирование политической рекламы. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи. Реклама лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины. Реклама алкогольной продукции. Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания. Реклама продукции военного назначения и оружия. Реклама основанных на риске игр, пари. еклама финансовых услуг и финансовой деятельности. Реклама ценных бумаг. Реклама деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации.</p>
<p>Особенная часть</p>	<p>Нормативно правовое регулирование товаров при дистанционном способе их продажи. Требования предъявляемые к продавцу при дистанционном способе продажи. Правила продажи товаров дистанционным способом. Виды товаров, реклама которых разрешена дистанционным способом. Виды товаров, реклама которых не разрешена дистанционным способом. Доставка товаров. Преимущества дистанционного способа продажи. Нормативно правовое регулирование рекламы в средствах массовой информации. Правовые основы рекламы на телевидении. Способы распространения рекламы на телевидении. Продолжительность рекламы в телепрограмме. Рекламная пауза. Продолжительность и объем рекламы в детских и образовательных телепрограммах. Специфические особенности регулирования рекламы, размещаемой во время спортивного мероприятия. Правовое регулирование радиорекламы. Способы распространения рекламы на радио. Специальные требования установлены для рекламы в детских и образовательных радиопередачах. Специальные требования к рекламе в период радиотрансляции в прямом эфире или в записи спортивных соревнований. Реклама в периодических печатных СМИ. Требования предъявляемые к рекламе в периодических печатных изданиях. Условия распространения рекламы при кино и видеообслуживании. Условия распространения рекламы по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях. Способы распространения рекламы по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях. Способы распространения рекламы при кино и видеообслуживании. Особенности регулирования рекламы при кино и видеообслуживании. Особенности регулирования по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях. .Правовое регулирование рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Условия распространения рекламы в информационнотелекоммуникационной сети Интернет. Требования к рекламе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Ограничения, предусмотренные для рекламы в информационнотелекоммуникационной сети Интернет. Классификация спама. Положительные стороны рекламы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Отрицательные стороны рекламы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Отрицательные и положительные стороны спама. Нормативно-правовое регулирование наружную рекламу. Разрешения на размещение наружной рекламы. Регламентация порядка установки рекламных конструкций. Сведений, прилагаемых к заявлению на разрешение установки рекламной конструкции. Общие технические</p>

	<p>требования к средствам наружной рекламы. Требования Госстандарта регламентирующие правила размещения средств наружной рекламы. Субъектный состав отношений сферы наружной рекламы. Нормативно правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и с их использованием. Договор на размещение рекламы на транспортном средстве. Права и обязанности сторон договора на размещение рекламы на транспортном средстве. Требования, предъявляемые к рекламе на транспортных средствах и с их использованием. Перечень транспортных средств, на которых запрещается размещение рекламы на транспортных средствах.</p>
--	---

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций
Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций
<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=1008>

С какой целью была дополнена статья 1 Федерального закона РФ от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»:

- развитие рынка товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции
- обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства
- создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы
- предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы

Согласно Федеральному закону РФ от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», скрытая реклама - это:

- реклама, основанная на пробуждении чувства любопытства потенциальных потребителей товара
- воздействие на потребителя способами, вызывающими не осознаваемое восприятие путем использования видеовставок (двойной звукозаписи) и других спецэффектов
- неполное описание качеств товара, таких как состав, способ изготовления и др.
- рекламная информация, искусно закамуфлированная в информационных сообщениях нерекламного характера.

Федеральный закон РФ от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» не распространяется:

- на политическую рекламу
- на социальную рекламу
- на экологическую рекламу
- на некоммерческую рекламу

Недобросовестной является реклама, которая, в частности:

- выполнена на низком качественном уровне
- дискредитирует юридических и физических лиц, не пользующихся рекламируемыми товарами
- использует имена известных юридических и физических лиц без их согласия
- содержит ложные обещания

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:

- недостоверная
- заведомо ложная
- недобросовестная
- неэтичная

При кино- и видеообслуживании допускается:

- прерывание демонстрации фильма рекламой
- совмещение рекламы с демонстрацией фильма способом «бегущая строка»
- наложение рекламы на кадр демонстрируемого фильма

- реклама лекарственных препаратов

Возбуждение и рассмотрение дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе осуществляет:

- следственный орган;
- антимонопольный орган;
- налоговый орган;
- судебный орган

Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, влечет:

- наложение административного штрафа;
- дисквалификацию на срок до одного года;
- административное приостановление деятельности;
- предупреждение

Распространение рекламы табака и табачных изделий во всех случаях:

- требует наличия специального разрешения органов местного самоуправления;
- запрещено законом;
- запрещено на радио и телевидении;
- должно сопровождаться предупреждением о вреде курения.

Рекламодатель, рекламопроизводитель и рекламораспространитель:

- обязаны хранить материалы или их копии, содержащие рекламу, включая вносимые в них последующие изменения, в течение шести месяцев со дня последнего распространения рекламы;
- не обязаны хранить материалы или их копии, содержащие рекламу, включая вносимые в них последующие изменения, если эти материалы использовались в официально зарегистрированных средствах распространения информации;
- обязаны хранить материалы или их копии, содержащие рекламу, включая вносимые в них последующие изменения, в течение года со дня последнего распространения рекламы;
- обязаны хранить материалы или их копии, содержащие рекламу, включая вносимые в них последующие изменения, если со дня последнего распространения рекламы прошел период времени, превышающий один год.

Если реклама порочит объекты искусства, составляющие национальное или мировое культурное достояние, то она называется:

- ненадлежащей;
- недобросовестной;
- недостоверной;
- неэтичной.

Срок хранения рекламных материалов:

- 1 месяц;
- 6 месяцев;
- 1 год;
- 5 лет;

Не допускается реклама:

- наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров;
- органов и (или) тканей человека в качестве объектов купли-продажи;
- пиротехнических изделий;
- товаров, подлежащих государственной регистрации, в случае отсутствия такой регистрации;

В социальной рекламе не допускается упоминание о:

- конкретных марках (моделях, артикулах) товаров;
- товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации;
- о физических лицах и юридических лицах;

- о социально ориентированных некоммерческих организациях.

В детских телепередачах допускается распространение рекламы:

- алкогольной продукции;
- лекарственных средств;
- цифровых финансовых активов;
- продукции военного назначения и оружия.

В периодических печатных изданиях не допускается размещение алкогольной продукции за исключением:

- содержащей этиловый спирт пять и более процентов объема готовой продукции;
- вина, крепленого вина и игристого вина, произведенных в Российской Федерации;
- пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, произведенных в Российской Федерации;
- последних страниц и обложек журналов.

В рекламе товаров и иных объектов рекламирования стоимостные показатели:

- могут не указываться;
- должны иметь любое денежное выражение;
- должны быть казаны в рублях;
- должны быть указаны в рублях, а в случае необходимости дополнительно могут быть указаны в иностранной валюте.

Не допускается размещение рекламы на платежных документах для внесения платы за жилое помещение и коммунальные услуги, в том числе на оборотной стороне таких документов за исключением:

- социальной рекламы;
- политической рекламы;
- рекламы, принадлежащей организации, оказывающей этих услуги;
- рекламы информационной продукции

Обязанность предоставлять информацию о рекламе, направленной на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, и соответствующие критериям, определенным Правительством Российской Федерации, в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи не распространяется на:

- оператора рекламных систем;
- оператора социальной рекламы;
- рекламодателя;
- рекламораспространителя.

При платном справочном, телефонном, компьютерном и ином обслуживании реклама может предоставляться:

- только на бесплатной основе;
- только, если она учитывает интересы абонента;
- только с согласия абонента;
- только, если она не увеличивает стоимость предоставляемых абоненту услуг.

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Общая часть	1. Понятие рекламы и ее правовая характеристика. 2. Понятие добросовестной рекламы. 3. Понятие недостоверной рекламы.

	<p>4. Понятие недобросовестной рекламы.</p> <p>5. Рекламная деятельность как один из видов предпринимательской деятельности.</p> <p>6. Признаки рекламы.</p> <p>7. Субъекты рекламной деятельности (рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель).</p> <p>8. Основные требования, предъявляемые к рекламе.</p> <p>9. Специальные требования к рекламной деятельности.</p> <p>10. Конституционные основы рекламной деятельности в РФ.</p> <p>11. Международный кодекс рекламной практики Международной торговой палаты как источник правового регулирования рекламной деятельности.</p> <p>12. Характеристика законодательства РФ о рекламе.</p> <p>13. Правовое регулирование социальной рекламы.</p> <p>14. Правовое регулирование рекламы с участием несовершеннолетних.</p> <p>15. Правовое регулирование спонсорской рекламы.</p> <p>16. Правовое регулирование политической рекламы.</p>
<p>Особенная часть</p>	<p>17. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи.</p> <p>18. Реклама лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины.</p> <p>19. Реклама алкогольной продукции.</p> <p>20. Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания.</p> <p>21. Реклама продукции военного назначения и оружия.</p> <p>22. Реклама основанных на риске игр, пари.</p> <p>23. Реклама финансовых услуг и финансовой деятельности.</p> <p>24. Реклама ценных бумаг.</p> <p>25. Реклама деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации.</p> <p>26. Нормативно правовое регулирование товаров при дистанционном способе их продажи.</p> <p>27. Требования предъявляемые к продавцу при дистанционном способе продажи.</p> <p>28. Правила продажи товаров дистанционным способом.</p> <p>29. Преимущества дистанционного способа продажи.</p> <p>30. Нормативно правовое регулирование рекламы в средствах массовой информации.</p> <p>31. Правовые основы рекламы на телевидении.</p> <p>32. Способы распространения рекламы на телевидении.</p> <p>33. Продолжительность и объем рекламы в детских и образовательных телепрограммах.</p> <p>34. Специфические особенности регулирования рекламы, размещаемой во время спортивного мероприятия.</p> <p>35. Правовое регулирование радиорекламы.</p> <p>36. Специальные требования установлены для рекламы в детских и образовательных радиопередачах.</p> <p>37. Специальные требования к рекламе в период радиотрансляции в прямом эфире или в записи спортивных соревнований.</p> <p>38. Реклама в периодических печатных СМИ.</p> <p>39. Требования, предъявляемые к рекламе в периодических печатных изданиях.</p> <p>40. Условия распространения рекламы при кино и видеообслуживании.</p> <p>41. Условия распространения рекламы по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях.</p> <p>42. Особенности регулирования рекламы при кино и</p>

	<p>видеообслуживании.</p> <p>43. Правовое регулирование рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p> <p>44. Требования к рекламе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p> <p>45. Ограничения, предусмотренные для рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p> <p>46. Классификация спама.</p> <p>47. Нормативно-правовое регулирование наружную рекламу.</p> <p>48. Разрешения на размещение наружной рекламы.</p> <p>49. Регламентация порядка установки рекламных конструкций.</p> <p>50. Сведений, прилагаемых к заявлению на разрешение установки рекламной конструкции.</p> <p>51. Общие технические требования к средствам наружной рекламы.</p> <p>52. Требования Госстандарта регламентирующие правила размещения средств наружной рекламы.</p> <p>53. Нормативно правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и с их использованием.</p> <p>54. Содержание договора в сфере наружной рекламы.</p> <p>55. Правовое регулирование договоров в сфере наружной рекламы.</p> <p>56. Договор об отчуждении исключительного права: форма, содержание.</p> <p>57. Лицензионный договор: форма, содержание.</p> <p>58. Порядок заключения, изменения, расторжения лицензионных договоров.</p> <p>59. Порядок заключения, изменения, расторжения договоров о передаче исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности в сфере рекламной деятельности.</p>
--	--

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	ПК-2, ПК-4
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне