

Документ подписан простой электронной подписью.  
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

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

Дата подписания: 01.08.2022 09:29:12

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 №9 от 31 мая 2022 г.)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

<b>Наименование дисциплины</b>	Б1.В.ДЭ.04.02 Правовое регулирование рекламы
<b>Основная профессиональная образовательная программа</b>	40.03.01 Юриспруденция программа Правовое обеспечение экономической деятельности

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2022

## 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

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

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

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

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Основы проектной деятельности

Последующие дисциплины по связям компетенций: Особенности правового регулирования труда отдельных категорий работников, Жилищное право, Правовой статус юридических лиц, Правовое регулирование деятельности корпораций, Коммерческое право, Правовой режим ценных бумаг, Правовое регулирование цифровой коммерции, Правовое регулирование несостоятельности (банкротства), Право интеллектуальной собственности

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

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

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен юридически правильно квалифицировать факты и обстоятельства, давать квалифицированные юридические заключения и консультации в конкретных видах юридической деятельности

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>			
	ПК-2	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
		правила правовой квалификации фактов и обстоятельства, составления юридических заключений, методiku проведения консультаций в конкретных видах юридической деятельности	юридически правильно применять методы и способы квалификации фактов и обстоятельств в практической деятельности; составлять юридические заключения, давать консультации в конкретных видах юридической деятельности	приемами правовой квалификации обстоятельств дела, навыками подготовки правовых заключений, проведения консультации в конкретных видах юридической деятельности

ПК-3 - Способен правильно и полно отражать результаты профессиональной деятельности в юридической и иной документации

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>			
	ПК-3	ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
		систему юридической документации, в которой отражаются результаты профессиональной деятельности, способы и приемы отражения результатов	самостоятельно осуществлять подготовку юридических и иных документов, в которых отражаются результаты профессиональной деятельности	навыками подготовки юридических и иных документов, в которых отражаются результаты профессиональной деятельности

	профессиональной деятельности в юридической и иной документации		
--	---	--	--

ПК-1 - Способен принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законодательством Российской Федерации, обеспечивать соблюдение субъектами права законодательства Российской Федерации, в том числе в сфере антимонопольного регулирования

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
ПК-1	ПК-1.1: Знать:	ПК-1.2: Уметь:	ПК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	методологию принятия решений и совершения юридических действий на основе соблюдения принципа законности, в том числе в сфере антимонопольного регулирования	принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законодательством Российской Федерации, а также обеспечивать их реализацию субъектами права, в том числе в сфере антимонопольного регулирования	навыками принятия решений и совершения юридических действий в точном соответствии с законодательством Российской Федерации, в том числе в сфере антимонопольного регулирования

### 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 6
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 6
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 рекламы 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 правового регулирования рекламы	6	6				ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
2.	Особенная часть правового регулирования рекламы	12	12				ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
	Контроль	18					
	<b>Итого</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>0.15</b>		<b>53.85</b>	

##### 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 правового регулирования рекламы	1	1				ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
2.	Особенная часть правового регулирования рекламы	1	1				ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
	Контроль	18					
	<b>Итого</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0.15</b>		<b>85.85</b>	

##### 4.2 Содержание разделов и тем

###### 4.2.1 Контактная работа

###### Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела)	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------------

дисциплины			
1.	Общая часть правового регулирования рекламы	лекция	Предмет, цели, задачи правового регулирования рекламной деятельности.
		лекция	Становление законодательства о рекламе в РФ
		лекция	Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг.
2.	Особенная часть правового регулирования рекламы	лекция	Особенности регулирования отдельных видов рекламы.
		лекция	Саморегулирование рекламной деятельности.
		лекция	Кодексы профессионального поведения в области рекламы и деловых коммуникаций.
		лекция	Зарубежный опыт правового регулирования 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 правового регулирования рекламы	практическое занятие	Предмет, цели, задачи правового регулирования рекламной деятельности.
		практическое занятие	Становление законодательства о рекламе в РФ
		практическое занятие	Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг.
2.	Особенная часть правового регулирования рекламы	практическое занятие	Особенности регулирования отдельных видов рекламы.
		практическое занятие	Саморегулирование рекламной деятельности.
		практическое занятие	Кодексы профессионального поведения в области рекламы и деловых коммуникаций.
		практическое занятие	Зарубежный опыт правового регулирования 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 правового регулирования рекламы	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Особенная часть правового регулирования рекламы	- 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

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451045>

Предпринимательское право. Правовое регулирование отдельных видов предпринимательской деятельности : учебник и практикум для вузов / Г. Ф. Ручкина [и др.] ; под редакцией Г. Ф. Ручкиной. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 553 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14490-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477732>

##### Дополнительная литература

Иванова, Е. В. Предпринимательское право : учебник для вузов / Е. В. Иванова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07947-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468454>

Шашкова, А. В. Предпринимательское право : учебник для вузов / А. В. Шашкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01005-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470721>

Белов, В. А. Гражданское право в 2 т. Том 1. Общая часть : учебник для вузов / В. А. Белов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 451 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00327-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470545>

Белов, В. А. Гражданское право в 2 т. Том 2. Особенная часть : учебник для вузов / В. А. Белов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 463 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00191-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471548>"Литература для самостоятельного изучения

#### 5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

#### 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/](http://www.ksrf.ru/));

4. Профессиональная база данных Верховного Суда Российской Федерации (Официальный сайт Верховного Суда Российской Федерации // [www.vsrfl.ru/](http://www.vsrfl.ru/));

5. Профессиональная база данных Министерства юстиции Российской Федерации (Официальный сайт Министерства юстиции Российской Федерации // [www.minjust.ru/](http://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 рекламы:**

##### **6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине**

<b>Вид контроля</b>	<b>Форма контроля</b>	<b>Отметить нужное знаком « + »</b>
---------------------	-----------------------	---



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, утвержденными Ученым советом ФГАОУ ВО СГЭУ, протокол № 9 от 31.05.2022; 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 юридически правильно квалифицировать факты и обстоятельства, давать квалифицированные юридические заключения и консультации в конкретных видах юридической деятельности

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	правила правовой квалификации фактов и обстоятельства, составления юридических заключений, методику проведения консультаций в конкретных видах юридической деятельности	юридически правильно применять методы и способы квалификации фактов и обстоятельств в практической деятельности; составлять юридические заключения, давать консультации в конкретных видах юридической деятельности	приемами правовой квалификации обстоятельств дела, навыками подготовки правовых заключений, проведения консультации в конкретных видах юридической деятельности
Пороговый	принципы правовой квалификации обстоятельств дела; методологию подготовки юридического заключения	юридически правильно применять методы и способы квалификации фактов и обстоятельств в практической деятельности; готовить правовые заключения	приемами правовой квалификации обстоятельств дела навыками подготовки правовых заключений
Стандартный (в дополнение к пороговому)	принципы доказывания; методику проведения юридической консультации;	анализировать юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения; давать устные и письменные консультации на основе анализа	способами и приемами собирания доказательств, доказывания; навыками юридического консультирования

		юридических текстов	
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	принципы оценки действия правовой нормы; систему юридической терминологии, необходимой для дачи юридического заключения и юридических консультаций	оценивать действие нормы во времени, в пространстве и по кругу лиц выбирать юридическую терминологию, необходимую для дачи юридического заключения и юридических консультаций	приемами преодоления правовых коллизий; юридической терминологией

ПК-3 - Способен правильно и полно отражать результаты профессиональной деятельности в юридической и иной документации

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
	ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
	систему юридической документации, в которой отражаются результаты профессиональной деятельности, способы и приемы отражения результатов профессиональной деятельности в юридической и иной документации	самостоятельно осуществлять подготовку юридических и иных документов, в которых отражаются результаты профессиональной деятельности	навыками подготовки юридических и иных документов, в которых отражаются результаты профессиональной деятельности
Пороговый	систему юридической документации, в которой отражаются результаты профессиональной деятельности	самостоятельно готовить юридические и иные документы, в которых отражаются результаты профессиональной деятельности	навыками подготовки юридических и иных документов, в которых отражаются результаты профессиональной деятельности
Стандартный (в дополнение к пороговому)	какие результаты профессиональной деятельности отражаются в юридической и иной документации	формулировать результаты профессиональной деятельности, которые необходимо отражать в юридической и иной документации	приемами формулирования результатов профессиональной деятельности
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	способы и приемы отражения результатов профессиональной деятельности в юридической и иной документации	Применять способы и приемы отражения результатов профессиональной деятельности в юридической и иной документации	методологией составления юридической документации

ПК-1 - Способен принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законодательством Российской Федерации, обеспечивать соблюдение субъектами права законодательства Российской Федерации, в том числе в сфере антимонопольного регулирования

Планируемые результаты обучения по	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
------------------------------------	--	--	--

программе			
	ПК-1.1: Знать:	ПК-1.2: Уметь:	ПК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	методологию принятия решений и совершения юридических действий на основе соблюдения принципа законности, в том числе в сфере антимонопольного регулирования	принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законодательством Российской Федерации, а также обеспечивать их реализацию субъектами права, в том числе в сфере антимонопольного регулирования	навыками принятия решений и совершения юридических действий в точном соответствии с законодательством Российской Федерации, в том числе в сфере антимонопольного регулирования
Пороговый	методологию принятия решений на основе соблюдения принципа законности	самостоятельно принимать решения и обеспечивать их реализацию в строгом соответствии с законом, в том числе в сфере антимонопольного регулирования	навыками принятия самостоятельных решений и совершения юридических действий в точном соответствии с законом, в том числе в сфере антимонопольного регулирования
Стандартный (в дополнение к пороговому)	механизм и средства правового регулирования	применять правовые средства	навыками анализа и применения правовых средств
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	принципы построения системы законодательства, правила систематизации законодательства	принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законом, в том числе в сфере антимонопольного регулирования	навыками систематизации и анализа законодательства

### 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 правового регулирования рекламы	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК- 2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК- 1.2, ПК-1.3	Оценка докладов Устный/письменный опрос Тестирование	Зачет
2.	Особенная часть правового регулирования рекламы	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК- 2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК- 1.2, ПК-1.3	Оценка докладов Устный/письменный опрос Тестирование	Зачет

### 6.4.Оценочные материалы для текущего контроля

#### Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Общая часть правового регулирования рекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Становление законодательства о рекламе в Российской Федерации.</li> <li>2. Актуальные проблемы законодательного регулирования рекламной деятельности в РФ.</li> <li>3. Закон «О рекламе»: значение, структура, основные понятия.</li> <li>4. Понятие рекламы и ее основные признаки.</li> <li>5. Виды ненадлежащей рекламы.</li> <li>6. Общие и специальные требования к рекламе.</li> <li>7. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.</li> </ol>
Особенная часть правового регулирования рекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности рекламы в радио- и телепрограммах.</li> <li>2. Особенности правового регулирования наружной рекламы.</li> <li>3. Критерии различия понятий «вывеска» и «наружная реклама».</li> <li>4. Недопустимая реклама в сети Internet и способы обеспечения доказательств в суде.</li> <li>5. Социальная реклама и спонсорство.</li> <li>6. Правовые аспекты контроля над медицинской рекламой.</li> <li>7. Реклама алкогольной продукции.</li> <li>8. Реклама табака и табачных изделий.</li> <li>9. Реклама вооружений и военной техники.</li> <li>10. Реклама финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг.</li> <li>11. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.</li> <li>12. Государственный контроль в области рекламы.</li> <li>13. Порядок осуществления контррекламы.</li> <li>14. Авторское право в рекламе.</li> <li>15. Правовое регулирование политической рекламы.</li> <li>16. Саморегулирование рекламной деятельности.</li> <li>17. Кодексы профессионального поведения в области рекламы.</li> <li>18. Свод обычаев и правил делового оборота рекламы на территории Российской Федерации.</li> <li>19. Зарубежный опыт правового регулирования рекламной деятельности.</li> </ol>

### Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы
Общая часть правового регулирования рекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Становление законодательства о рекламе в Российской Федерации.</li> <li>2. Актуальные проблемы законодательного регулирования рекламной деятельности в РФ.</li> <li>3. Закон «О рекламе»: значение, структура, основные понятия.</li> <li>4. Понятие рекламы и ее основные признаки.</li> <li>5. Виды ненадлежащей рекламы.</li> <li>6. Общие и специальные требования к рекламе.</li> <li>7. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.</li> </ol>
Особенная часть правового регулирования рекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности рекламы в радио- и телепрограммах.</li> <li>2. Особенности правового регулирования наружной рекламы.</li> <li>3. Критерии различия понятий «вывеска» и «наружная реклама».</li> <li>4. Недопустимая реклама в сети Internet и способы обеспечения доказательств в суде.</li> <li>5. Социальная реклама и спонсорство.</li> <li>6. Правовые аспекты контроля над медицинской рекламой.</li> <li>7. Реклама алкогольной продукции.</li> <li>8. Реклама табака и табачных изделий.</li> <li>9. Реклама вооружений и военной техники.</li> </ol>

	<p>10. Реклама финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг.</p> <p>11. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламодистрибьютеров.</p> <p>12. Государственный контроль в области рекламы.</p> <p>13. Порядок осуществления контррекламы.</p> <p>14. Авторское право в рекламе.</p> <p>15. Правовое регулирование политической рекламы.</p> <p>16. Саморегулирование рекламной деятельности.</p> <p>17. Кодексы профессионального поведения в области рекламы.</p> <p>18. Свод обычаев и правил делового оборота рекламы на территории Российской Федерации.</p> <p>19. Зарубежный опыт правового регулирования рекламной деятельности.</p>
--	--

**Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)**

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=1008>

1. Каковы цели ФЗ-38 «О рекламе»?

- а) Создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы
- б) Защита потребителей от ненадлежащей рекламы
- в) Продвижение товаров отечественного производства
- г) Развитие рынков товаров, работ и услуг
- д) Все ответы верны

2. Закон о рекламе НЕ распространяется:

- а) Частные объявления
- б) Политическая реклама
- в) Социальная реклама
- г) Сообщения органов государственной власти и других государственных органов
- д) Информацию о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенную на товаре или его упаковке

3. Лицо, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы, - это:

- а) Рекламодатель
- б) рекламопроизводитель

4. Реклама не должна побуждать граждан:

- а) К насилию, агрессии, возбуждать панику
- б) Побуждать к угрожающим безопасности действиям физических лиц
- в) К опасным действиям, способным нанести вред здоровью физических лиц
- г) К покупке рекламируемых товаров

5. К недостоверной рекламе относится:

- а) реклама, которая дает потребителю несоответствующие действительности сведения
- б) дискредитирует тех, кто не пользуется рекламируемым товаром
- в) реклама, которая оказывает неосознаваемое потребителем воздействие на его восприятие
- г) нарушает общепринятые нормы гуманности и морали

6. Сроки хранения рекламных материалов:

- а) 6 месяцев
- б) 1 месяц
- в) 1 год
- г) 5 лет

7. Существует ли понятие «недостоверная политическая реклама»?

- а) Да
- б) Нет

8. В рекламе не допускаются:

- а) использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации
- б) указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами
- в) демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции
- г) указание на преимущества использования данного товара перед остальными
9. Допускается ли реклама пива на телевидении?
- а) Ограниченно допускается
- б) Не допускается
10. Допускается ли в рекламе указание стоимости товара/услуги не в рублях, а в иностранной валюте?
- а) Нет
- б) Допускается в случае необходимости
11. Допускается ли размещение рекламы в учебных пособиях?
- а) Да
- б) Нет
- в) Только в школьных учебных материалах (школьные тетради, дневники и т.д.)
12. В какой рекламе запрещено использовать образы несовершеннолетних?
- а) реклама табачных изделий
- б) реклама алкоголя
- в) реклама оружия
- г) все ответы верны
- д) реклама, основанная на риске игр, пари
- е) реклама продукции военного назначения
- ж) реклама финансовых услуг
13. Допускается ли реклама лекарственных средств, продуктов питания и средств гигиены с использованием несовершеннолетних?
- а) Нет
- б) Только с согласия родителей или опекунов
14. Допускается ли в рекламе использование образов медицинских работников?
- а) Нет
- б) Да, но только в рамках специализированных выставок и других подобных мероприятий
15. Какие сведения о продавце должны быть указаны в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи?
- а) наименование
- б) место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица
- в) объем налоговых отчислений
- г) фамилия, имя, отчество
- д) объем наценки
- е) основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя
- ж) уставной капитал
16. Является ли рекламой светодинамическое оформление входа и примыкающей территории предприятия?
- а) Да
- б) Нет
17. Являются ли рекламой обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний?
- а) Да
- б) Нет
18. Является ли рекламой информация о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенная на товаре?
- а) Нет
- б) Да
19. Является ли рекламой объявление о приеме на работу?

- а) Да  
б) Нет

20. Являются ли рекламой элементы оформления товара, помещенные на товар?

- а) Да  
б) Нет

### 6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

#### Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Общая часть правового регулирования рекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Становление законодательства о рекламе в Российской Федерации.</li> <li>2. Актуальные проблемы законодательного регулирования рекламной деятельности в РФ.</li> <li>3. Закон «О рекламе»: значение, структура, основные понятия.</li> <li>4. Понятие рекламы и ее основные признаки.</li> <li>5. Виды ненадлежащей рекламы.</li> <li>6. Общие и специальные требования к рекламе.</li> <li>7. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.</li> </ol>
Особенная часть правового регулирования рекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности рекламы в радио- и телепрограммах.</li> <li>2. Особенности правового регулирования наружной рекламы.</li> <li>3. Критерии различия понятий «вывеска» и «наружная реклама».</li> <li>4. Недопустимая реклама в сети Internet и способы обеспечения доказательств в суде.</li> <li>5. Социальная реклама и спонсорство.</li> <li>6. Правовые аспекты контроля над медицинской рекламой.</li> <li>7. Реклама алкогольной продукции.</li> <li>8. Реклама табака и табачных изделий.</li> <li>9. Реклама вооружений и военной техники.</li> <li>10. Реклама финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг.</li> <li>11. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламодиспетчеров.</li> <li>12. Государственный контроль в области рекламы.</li> <li>13. Порядок осуществления контррекламы.</li> <li>14. Авторское право в рекламе.</li> <li>15. Правовое регулирование политической рекламы.</li> <li>16. Саморегулирование рекламной деятельности.</li> <li>17. Кодексы профессионального поведения в области рекламы.</li> <li>18. Свод обычаев и правил делового оборота рекламы на территории Российской Федерации.</li> <li>19. Зарубежный опыт правового регулирования рекламной деятельности.</li> </ol>

### 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-3, ПК-1
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне