

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Задорожная Людмила Ивановна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 26.08.2022 15:14:48

Университетская программа: Экономика и управления

faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и управления

Университетская программа: Экономика и управления

Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Л.И. Задорожная

« ____ » _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б1.О.29 Правовое регулирование рекламной деятельности

по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

по профилю подготовки (специализации)

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

квалификация (степень) выпускника

бакалавр

форма обучения

Очная, Заочная,

год начала подготовки

2022

Майкоп



Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Составитель рабочей программы:

доцент, канд. экон. наук

(должность, ученое звание, степень)

Подписано простой ЭП

01.08.2022

(подпись)

Галинская Наталья

Николаевна

(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:

Маркетинга, сервиса и туризма

(название кафедры)

Заведующий кафедрой:

07.08.2022

Подписано простой ЭП

07.08.2022

(подпись)

Кумпилова Анжелика

Руслановна

(Ф.И.О.)

Согласовано:

Руководитель ОПОП

заведующий выпускающей

кафедрой

по направлению подготовки

(специальности)

07.08.2022

Подписано простой ЭП

07.08.2022

(подпись)

Кумпилова Анжелика

Руслановна

(Ф.И.О.)



1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Целью учебной дисциплины является изучение теоретических основ законодательства, регулирующего рекламную деятельность в России, правового положения участников рекламной деятельности, основных договоров, применяемых в рекламе и юридическую ответственность участников рекламного процесса за правонарушения.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- раскрыть общие положения об источниках правового регулирования рекламной деятельности и практики их применения; субъектах рекламной деятельности и особенностях и правового статуса;

- сформировать знания об общих и специальных требованиях к рекламе, о контроле за соблюдением законодательства о рекламе и ответственности за его нарушение;

- выработать умения ориентироваться в нормативно-правовых актах, содержащих нормы о регулировании рекламной и PR-деятельности;

- дать практические навыки применения законодательства о рекламе и PR.



2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина «Правовое регулирование рекламной деятельности» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 и направлена на изучение действующих норм рекламного права, соответствующих отраслей правовой системы России и правоприменения, понятий и принципов, механизмов правового регулирования. Она базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Экономика», «Правоведение», «Теория и практика рекламы и связей с общественностью», «Организация и планирование деятельности рекламных агентств», «Организация рекламных и PR-компаний» и др.

Знания, полученные в ходе изучения дисциплины «Правовое регулирование рекламной деятельности» применяются при прохождении преддипломной практики и написании выпускной квалификационной работы.



3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
УК-10.1	Использует в профессиональной сфере действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией.
УК-10.2	Использует в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции.
УК-2.1	Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством
УК-2.2	Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм



4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	з.е.
			Эк	Лек	Пр	КРАТ		
Курс 4	Сем. 8	1	18	27	0.35	27	72.35	3

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	
			Лек	Пр	КРАТ	Контроль		СР
Курс 5	Сем. 9	8	10	0.35	8.65	81	108	3



5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Недел я семе стра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)								Формы текущего/проме жуточного контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
8	Понятие рекламного права и рекламного законодательства	1	2		4				3		Блиц-опрос
8	Государственное регулирование рекламной деятельности	2	2		4				4		Тестирование
8	Формы негосударственно го регулирования рекламной деятельности	3	2		4				4		Обсуждение докладов
8	Особенности отдельных видов рекламы и их правовое регулирование	4-5	4		4				4		Блиц-опрос, обсуждение докладов
8	Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров	6-7	4		4				4		Блиц-опрос, тестирование
8	Правовой статус субъектов рекламной деятельности	8	2		4				4		Блиц-опрос
8	Ответственность за нарушение рекламного законодательства	9	2		3				4		Блиц-опрос
8	Промежуточная аттестация	9					0,35				Экзамен
	ИТОГО:		18		27		0.35		27		

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)								
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ	
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11	
9	Понятие рекламного права и рекламного законодательства	2							11	
9	Государственное регулирование рекламной деятельности	2							11	
9	Формы негосударственно го регулирования рекламной деятельности	2		2					11	
9	Особенности отдельных видов рекламы и их правовое регулирование	2		2					12	
9	Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров			2					12	
9	Правовой статус субъектов рекламной деятельности			2					12	
9	Ответственность за нарушение рекламного законодательства			2					12	

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контроль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
9	Промежуточная аттестация					0,35	8,65		
	ИТОГО:	8		10		0.35	8.65	81	

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Правовое регулирование рекламной деятельности», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
8	Понятие рекламного права и рекламного законодательства	2	2		<p>Рекламное право как совокупность правовых норм, регулирующих отношения в сфере производства и распространения рекламы.</p> <p>Конституционное право - политические, социальные, экономические основы общественного устройства, права и свободы человека и гражданина, формы государственного устройства, механизмы осуществления государственной власти и местного самоуправления.</p> <p>Гражданское право как совокупность правовых норм, регулирующих имущественные и личные неимущественные отношения, организационно-правовой статус субъектов рекламного рынка, их имущественные отношения, вещные права, обязательства и договоры.</p> <p>Административное право - формы и методы государственного контроля, полномочия антимонопольных</p>	ОПК-5.1; УК-10.1;	<p>Знать: правовые нормы, регулирующие отношения в сфере производства и распространения рекламы; Уметь: понимать законы и другие нормативные правовые акты, регулирующие отношения в сфере рекламы; Владеть: навыками анализа законодательства и практики его применения, ориентации в специальной литературе по рекламному праву</p>	Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					органов, осуществляющих контроль и надзор за соблюдением законодательства в сфере рекламы.			
8	Государственное регулирование рекламной деятельности	2	2		<p>Задачи и основные принципы государственного регулирования рекламной деятельности. Механизм государственного регулирования рекламной деятельности: понятие, состав, методы регулирования — правовые, экономические, административные. Налоговая политика. Федеральный Закон РФ «О рекламе» и его значение в регулировании рекламной деятельности. Цели и сфера применения Закона РФ «О рекламе», его основные положения. Общие и специальные требования к рекламе. Виды ненадлежащей рекламы: недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная, скрытая. Основные направления развития и совершенствования Закона «О рекламе». Федеральный закон РФ «Об авторском праве и смежных правах» и его значение в регулировании рекламной деятельности. Правовая защита авторских прав. Ответственность за нарушение прав авторов в рекламной деятельности. Федеральный закон РФ «О</p>	ОПК-5.1; УК-2.1;	<p>Знать: понятие и признаки рекламной информации; общие и специальные требования к рекламе; государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности; Уметь: ориентироваться в нормативно-правовых актах, содержащих нормы о регулировании рекламной и PR-деятельности; Владеть: навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.</p>	Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и его значение в регулировании рекламной деятельности. Понятие добросовестной и недобросовестной конкуренции.			
8	Формы негосударственно го регулирования рекламной деятельности	2	2		Органы саморегулирования в области рекламы: общественные организации, объединения, ассоциации и союзы юридических лиц и их роль в саморегулировании в области рекламы. Формы их деятельности и полномочия. Саморегулирование рекламной деятельности участниками рекламного процесса. Самодисциплина и ответственность рекламодателя. Организационные структуры в компаниях рекламодателя, ответственные за соблюдение в рекламе норм и положений законодательства о рекламе. Саморегулирование в рекламном агентстве.	ОПК-5.2; УК-10.2;	Знать: органы саморегулирования в области рекламы: общественные организации, объединения, ассоциации и союзы юридических лиц и их роль в саморегулировании в области рекламы; Уметь: применять правила саморегулирования рекламной деятельности; Владеть: умениями соотносить юридическое содержание правовых норм с реальными событиями общественной жизни	Лекция-беседа
8	Особенности отдельных видов рекламы и их правовое регулирование	4	2		Особенности отдельных видов рекламы: в радио и телепрограммах, рекламы в периодических печатных изданиях, наружной рекламы, рекламы на транспортных средствах, рекламы отдельных видов товаров,	УК-2.1; УК-2.2;	Знать: правовое регулирование рекламирования отдельных видов товаров, алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, табака, табачных изделий и курительных	Лекции-визуализации

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					рекламы финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг, социальной рекламы и их правовое регулирование. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы.		принадлежностей, лекарственных средств, медицинской техники; Уметь: использовать способы распространения рекламы с учетом принципов правового регулирования; выявлять виды ненадлежащей рекламы. Владеть: навыками под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью с учетом норм информационного законодательства	
8	Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров	4			Реклама алкогольной продукции и табака. Реклама лекарственных средств и медицинских услуг, биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания. Реклама продукции военного назначения, осуществляемых на риске игр, пари. Реклама финансовых услуг, ценных бумаг, услуг по заключению договоров ренты.	ОПК-5.2; УК-10.1;	Знать: правовое регулирование отдельных видов рекламы: политической, социальной, наружной, рекламы отдельных товаров и услуг и др.; Уметь: ориентироваться в нормативно-правовых актах, соблюдать основные правовые требования к защите информации, в том числе защиты интеллектуальной собственности; Владеть: навыком применения информационного законодательства при реализации профессиональных функций в различных профессиональных ситуациях.	Лекции-визуализации
8	Правовой статус субъектов рекламной деятельности	2			Понятие и виды субъектов рекламной деятельности, их классификация. Законодательство, регулирующее правовое	УК-2.1; УК-2.2;	Знать: правовой статус рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей; договоры в сфере	Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					положение субъектов рекламной деятельности. Организационно-правовые формы юридических лиц в рекламной деятельности, их правовой статус, правовая защита их интересов.		рекламы; права и обязанности участников рекламного процесса, особенности их правового положения, основные критерии ненадлежащей рекламы, Уметь: составлять договоры, применяемые в рекламной деятельности, строить рекламную работу на базе российского законодательства и с учетом требований Международного кодекса рекламной практики и социально-этических норм; Владеть: навыком координирования деятельности участников рекламного процесса, руководствуясь методами и приемами правового регулирования способов распространения рекламы	
8	Ответственность за нарушение рекламного законодательства	2			Гражданско-правовая ответственность за нарушения обязательств по договорам, регулирующим рекламную деятельность. Основания ответственности за административные правонарушения в сфере рекламы. Административные санкции и порядок их наложения.	УК-10.1; УК-10.2;	Знать: законодательство о защите конкуренции, защите прав потребителей и его роль в правовом регулировании рекламы; Уметь: юридически грамотно определять факты и обстоятельства нарушения рекламного законодательства; Владеть: навыками организации рекламной кампании с гражданско-правовой ответственностью сторон	Проблемное обучение
	ИТОГО:	18	8					

5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
8	Понятие рекламного права и рекламного законодательства	Право в системе социальных норм.	4		
8	Государственное регулирование рекламной деятельности	Понятие и виды рекламных правоотношений. Государственное регулирование рекламной деятельности. Основные положения федерального Закона РФ «О рекламе». Основные требования к содержанию, времени, месту и способу распространения рекламы	4		
8	Формы негосударственно го регулирования рекламной деятельности	Контроль за рекламной деятельностью. Государственная и общественная защита прав потребителей на добросовестную, правдивую и надлежащую рекламу. Неформальные способы регулирования и саморегулирование рекламной и PR деятельности	4	2	
8	Особенности отдельных видов рекламы и их правовое регулирование	Понятие интеллектуальной собственности. Авторское право в рекламе и PR. Правовое регулирование политической рекламы, агитации	4	2	
8	Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров	Правовая охрана средств индивидуализации участников товарооборота.	4	2	
8	Правовой статус субъектов рекламной деятельности	Правовые способы борьбы с недобросовестной конкуренцией, монополизмом.	4	2	
8	Ответственность за нарушение рекламного законодательства	Юридическая ответственность за правонарушения в рекламной деятельности.	3	2	
	ИТОГО:		27	10	

Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Учебным планом не предусмотрено

5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
8	Понятие рекламного права и рекламного законодательства	Ответить на вопросы: Что такое «право», «норма права»? - Каковы признаки норм права? Разъясните каждый из признаков нормы права. Каково структурное соотношение нормы права и статьи закона? Понятие правоспособности, виды правоспособности. Понятие санкции. Приведите пример нормы права и выделите в ней санкцию. В чем суть государственного регулирования рекламной деятельности, его основные задачи и принципы. Опишите составляющие механизма государственного регулирования рекламной деятельности: понятие, состав, методы регулирования. Перечислите источники правовых норм и обычаев, регулирующих отношения в сфере рекламы и рекламной деятельности: Какие нормативные акты регулируют рекламную деятельность в России. Дайте краткую характеристику каждому из них.	1 неделя	3	11	
8	Государственное регулирование рекламной деятельности	Вопросы: 1. Определение рекламы, как категории права и ее отличия от иной информации. 2. Спонсорская реклама и особенности ее распространения. 3. Определение участников рекламной деятельности. 4. Социальная реклама и ее правовое регулирование. Практическая домашняя работа: подбор примеров практики применения законодательства о рекламе (на сайте ФАС, специализированных рекламных ресурсах)	2 неделя	4	11	
8	Формы негосударственного регулирования рекламной деятельности	Вопросы: 1. Каковы функции Федерального антимонопольного органа по государственному контролю в области рекламной деятельности. 2. Каковы полномочия региональных и муниципальных органов по контролю за рекламой. 3. Права и обязанности субъектов рекламной деятельности. 4. Виды административной ответственности за правонарушения в сфере рекламы согласно КОАП. 5. Гражданско-правовая ответственность участников рекламной деятельности. 6. Понятие саморегулирования в рекламной и PR-деятельности, его преимущества и ограничения. 7. Содержание основных направлений саморегламентации. 8. Профессиональные кодексы в сфере рекламы и PR	3 неделя	4	11	
8	Особенности отдельных видов рекламы и их правовое регулирование	Вопросы: 1. Особенности рекламы в средствах массовой информации. 2. Особенности наружной рекламы. 3. Особенности рекламы на транспортных средствах	4-5 неделя	4	12	
8	Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров	Вопросы: 1. Требования к рекламе финансовых услуг, ценных бумаг, услуг по заключению договоров ренты. 2. Ограничения рекламы алкогольных напитков. 3. Ограничения рекламы лекарственных препаратов, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, реклама БАД и пищевых добавок, продуктов детского питания. 4. Ограничения рекламы основанных на риске игр и пари. 5. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы.	6-7 неделя	4	12	
8	Правовой статус субъектов рекламной деятельности	Вопросы: 1. Особенности рекламного и PR-рынка, его структура. 2. Специфика рынка услуг по размещению рекламы и PR, рынки распространения рекламы и PR. 3. Сущность конкуренции на рынках производства, размещения и	8 неделя	4	12	

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
		распространения рекламы и PR.4. Основные положения Федерального закона РФ «О защите конкуренции» и его значение в регулировании рекламной и PR-деятельности.5. Понятие добросовестной и недобросовестной конкуренции.6. Налоговая политика в рекламной и PR-деятельности. Домашнее задание: подготовка письменной работы: «Правовые способы борьбы с недобросовестной конкуренцией, монополизмом: отечественная практика».				
8	Ответственность за нарушение рекламного законодательства	Вопросы:1. Основные положения Федерального закона РФ «О защите прав потребителей» в регулировании рекламной деятельности, его цель и задачи.2. Положения о защите прав потребителей от недобросовестной рекламы.3. В чем сущность государственной и общественной защиты прав потребителей на добросовестную, правдивую и надлежащую рекламу.4. Понятие контррекламы.5. Понятие сертификации продукции и услуг.	9 неделя	4	12	
	ИТОГО:			27	81	

5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Модуль	Дата, место проведения	Название мероприятия	Форма проведения мероприятия	Ответственный	Достижения обучающихся
Модуль 3 Учебно-исследовательская и научно-исследовательская деятельность	Февраль, 2025г.	Новейшие термины в рекламной деятельности: понимание и трактовка	Групповая - лекция-беседа	Галинская Н.Н.	ОПК-5.1; ОПК-5.2; УК-10.1; УК-10.2; УК-2.1; УК-2.2;

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
659.1(07) М 54 Методические указания по изучению дисциплины «Правовое регулирование рекламной деятельности» : для студентов всех форм обучения направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере / Минобрнауки России, ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. экономики и сервиса, Каф. маркетинга, сервиса и туризма ; составитель Калашникова С.В. - Майкоп : Б.и., 2017. - 30 с. - ЭБ НБ МГТУ. - URL: http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100051521 . - Режим доступа: свободный. - Библиогр.: с. 24-25 (10 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/foi2?SHOW_ONE_BOOK+0942AA

6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
1. Эриашвили, Н.Д. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / Эриашвили Н.Д. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 240 с.	http://znanium.com/catalog/product/882001
Дударова, Б.О. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: курс лекций / Б.О. Дударова, С.А. Пузыревский; отв. ред. С.А. Пузыревский. - М.: Норма: ИНФРА-М, 2014. - 256 с.	http://znanium.com/catalog/product/469894
Минбалеев, А.В. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Минбалеев. - М.: Юриспруденция, 2012. - 223 с.	http://www.iprbookshop.ru/8056.html
Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» [Электронный ресурс] / Д.С. Бадалов [и др.]. - М.: Статут, 2012. - 463 с.	http://www.iprbookshop.ru/28975.html

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.



7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях			
2	2		Основы медиапланирования
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы			
2	2		Основы медиапланирования
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством			
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
3	3		Правоведение
3	3		Экология
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
67	67		Стратегический маркетинг
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм			
3	3		Правоведение
3	3		Экология
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
67	67		Стратегический маркетинг
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			ситуационный анализ
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-10.1 Использует в профессиональной сфере действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
6	6		Противодействие коррупции в профессиональной сфере
УК-10.2 Использует в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
6	6		Противодействие коррупции в профессиональной сфере

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством					
Знать: - понятия государства, права, нормы права; основы конституционного строя России; основы гражданского, трудового, административного, уголовного, экологического и семейного права; содержание правового статуса человека и гражданина,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
способы осуществления и защиты гражданами своих прав и свобод.- основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.					
Уметь: - работать с нормативными и правовыми документами, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков;- определять круг задач в рамках профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования нормативных и правовых документов; способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права- методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм					
Знать: - основные понятия и категории права, ориентироваться в системе	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
законодательства для реализации различных правовых документов по проектированию, конструированию, производству и сопровождению объектов профессиональной деятельности-необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.					
Уметь: - воспринимать и обобщать информацию, а также юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения-соотнести главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки базовых документов правового характера-навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению					
УК-10.1 Использует в профессиональной сфере действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией.					
Знать: правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен
Уметь: использовать положения современного законодательства в области противодействия	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
коррупции.					
Владеть: навыками применения правовых норм, регулирующих борьбу с коррупцией.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению					
УК-10.2 Использует в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции.					
Знать: основы социальных и профессиональных антикоррупционных взаимоотношений	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен
Уметь: использовать в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками антикоррупционных взаимоотношений в социальной и профессиональной сфере.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования					
ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях					
Знать: основы учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; правовые нормы как социальные регуляторы профессиональной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен
Уметь: анализировать проблемные ситуации правового характера в профессиональной деятельности по рекламе и	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
связям с общественностью ; оценивать влияние тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира на профессиональную деятельность					
Владеть: навыками учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; принципами и правилами профессиональной этике при решении профессиональных задач.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования					
ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы					
Знать: тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых норм регулирования и возможности их использования в сфере консалтинга.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен
Уметь: планировать и реализовывать консалтинговую деятельность, с учетом специфики медиакommunikационных систем региона.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками и методами осуществления отдельных этапов консалтинговой деятельности, на	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
основе специфики медиакоммуникационных систем региона					

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов:

1. Рекламные отношения, регулируемые нормами международного права
2. Понятие и признаки рекламы в праве
3. Требования законодательства к рекламированию финансовых услуг, ценных бумаг, услуг по заключению договоров аренды и практика его применения
4. Полномочия и деятельность антимонопольных органов по контролю за рекламой
5. Защита несовершеннолетних в рекламе
6. Понятие и виды ненадлежащей рекламы
7. Проблема манипулирования в рекламе
8. Требования законодательства к рекламированию продукции военного назначения, осуществляемых на риске игр, пари и практика его применения
9. Особенности правового регулирования рекламной деятельности в зарубежных странах.
10. Государственный надзор в сфере рекламы
11. Правовое регулирование деятельности СМИ. Правовые проблемы взаимодействия PR и СМИ.
12. Порядок рассмотрения споров о нарушении законодательства о рекламе
13. Защита прав авторов в рекламе
14. Охрана коммерческой тайны и проблема рекламирования
15. Правовое регулирование рекламных воздействий на выставках и ярмарках
16. Основания возникновения и виды обязательств по оказанию рекламных услуг
17. Этические кодексы PR-деятельности
18. Право и политический PR. Правовой режим предвыборной агитации и ответственность за нарушение законодательства о предвыборной агитации.

Тестовые задания

1. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров:



1. почтовая реклама
2. наружная реклама
3. подарочные изделия
4. рекламные сувениры

2. Прямая реклама использует следующие формы:

1. письма, открытки
2. каталоги, проспекты
3. рекламные ТВ-ролики
4. календари

3. Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии насыщения рынка товаром фирмы:

1. информативная реклама
2. побудительная реклама
3. напоминающая реклама

4. Допускается ли реклама товаров, если продажа их требует лицензии, но она не получена:

1. да
2. нет
3. частично

5. При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя:

1. реклама в прессе
2. печатная реклама
3. реклама на месте продаж

6. Реклама не должна:

1. призывать к насилию и жестокости
2. содержать информацию эротического характера
3. содержать информацию порнографического характера
4. размещаться на транспортных средствах

7. В рекламе не допускается:

1. демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции
2. использование знаменитых актёров или других известных лиц



3. прерывание рекламными роликами телепрограмм и телепередач, а также художественных фильмов

4. использование несовершеннолетних и животных

8. Реклама в соответствии с Федеральным законом "О рекламе" это:

1. Представление

2. Информация

3. Деятельность

4. Продукт

9. Федеральный закон "О рекламе" не распространяется на:

1. политическую рекламу

2. коммерческую рекламу

3. социальную рекламу

4. ненадлежащую рекламу

10. Признаками рекламы являются:

1. информативность

2. содержательность

3. привлечение внимания к объекту

4. доступность

11. Субъектами рекламной и PR-деятельности в Российской Федерации могут быть:

1. граждане России

2. иностранные граждане

3. Российская Федерация

4. все перечисленные

12. Лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму - это:

1. рекламодатель

2. рекламораспространитель

3. рекламопроизводитель

4. потребитель рекламы

13. Каков допустимый объем рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера (в процентах от общего объема номера)?



1. 20%
2. 30%
3. 40%
4. 50%

14. Защищаемые государством сведения в области его военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности Российской Федерации, это:

1. государственная тайна
2. конфиденциальная информация
3. служебная информация
4. коммерческая информация

15. Какая часть штрафа за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе зачисляется в федеральный бюджет?

- А) 20%
- Б) 40%
- В) 60%
- Г) 80%

16. В соответствии с Законом РФ «Об авторском праве и смежных правах» автором рекламного слогана может быть:

1. только физическое лицо
2. только юридическое лицо
3. физическое и юридическое лицо
4. только рекламное агентство

17. В какой срок подлежит исполнению предписание антимонопольного органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе?

1. в течение недели
2. в течение месяца
3. в течение года
4. в срок, указанный в предписании

18. В течение какого срока законом охраняется неиспользуемый товарный знак:

1. 1 год



2. 2 года

3. 3 года

4. 4 года

19. Объективная оценка личности, определяющая отношение общества к гражданину, социальная оценка ее моральных и иных качеств, это:

1. честь

2. достоинство

3. деловая репутация

4. самооценка

20. Реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения - это:

1. ненадлежащая реклама

2. неэтичная реклама

3. недобросовестная реклама

4. недостоверная реклама

Вопросы к экзамену

1. Система правового регулирования рекламной деятельности в РФ.

2. История правового регулирования рекламы в России.

3. Разграничение рекламы и смежных категорий.

4. Особенности рекламных правоотношений.

5. Понятие и признаки рекламы.

6. Общие требования, предъявляемые к рекламе.

7. Виды рекламы.

8. Понятие правового статуса субъектов рекламной деятельности.

9. Организационно-правовые формы субъектов рекламной деятельности.

10. Права и обязанности субъектов рекламной деятельности.

11. Реклама в средствах массовой информации.

12. Реклама при кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях.

13. Правовое регулирование рекламы алкогольной продукции, пива, напитков, изготавливаемых на его основе.

14. Правовое регулирование рекламы табака, табачных изделий и курительных принадлежностей.



15. Правовое регулирование рекламы лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения.

16. Особенности регулирования рекламы биологически активных добавок и пищевых добавок продуктов детского питания.

17. Особенности рекламы о проведении стимулирующих мероприятий. Реклама основанных на риске игр, пари.

18. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах с их использованием.

19. Правовое регулирование рекламы с участием несовершеннолетних.

20. Правовое регулирование социальной рекламы.

21. Правовое регулирование спонсорской рекламы.

22. Правовое регулирование политической рекламы.

23. Правовое регулирование наружной рекламы.

24. Понятие средств индивидуализации, общая характеристика их правовой охраны.

25. Защита прав на средства индивидуализации.

26. Органы государственной власти, осуществляющие контроль за соблюдением законодательства о рекламе.

27. Судебные органы в регулировании рекламной деятельности.

28. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

29. Гражданско-правовая ответственность за правонарушения в сфере рекламы.

30. Административная ответственность за правонарушения в сфере рекламы.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:



«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы. Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов. Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетворительно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует вывод.
«неудовлетворительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

– связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

– объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

– справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

– систематичность - систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;



Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на экзамене

Экзамен может проводиться в форме устного опроса по билетам (вопросам) или без билетов, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя. Экзаменатор вправе задавать вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи по программе данного курса. Экзаменационные билеты (вопросы) утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. В билете должно содержаться не более трех вопросов. Комплект экзаменационных билетов по дисциплине должен содержать 25—30 билетов. Экзаменатор может проставить экзамен без опроса или собеседования тем магистрантам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Отметка «отлично» - студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Магистрант не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

Отметка «удовлетворительно» - студент усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

Отметка «неудовлетворительно» - студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Критерии оценки знаний студентов на экзамене

Экзамен может проводиться в форме устного опроса по билетам (вопросам) или без билетов, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя. Экзаменатор вправе задавать вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи по программе данного курса. Экзаменационные билеты (вопросы) утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. В билете должно содержаться не более трех вопросов. Комплект экзаменационных билетов по дисциплине должен содержать 25—30 билетов. Экзаменатор может проставить экзамен без опроса или собеседования тем магистрантам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Отметка «отлично» - студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал,



исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Магистрант не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

Отметка «удовлетворительно» - студент усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

Отметка «неудовлетворительно» - студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.



8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
1. Банникова Н.В. Организация агробизнеса [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.В. Банникова, Н.Ю. Ермакова, Т.Н. Костюченко. - Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2017. - 110 с.	http://www.studentlibrary.ru/book/stavgau_00127.html
2. Нечаев, В.И. Организация производства и предпринимательство в АПК [Электронный ресурс]: учебник / В.И. Нечаев, П.Ф. Парамонов, Ю.И. Бершицкий Ю.И. - СПб.: Лань, 2018. - 472 с.	https://e.lanbook.com/book/108320

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
1. Теория и практика рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / Шишова Н.В., Подопригора А.С., Акулич Т.В. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 144 с.	http://znanium.com/catalog/product/362871
2. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 718 с.	http://www.iprbookshop.ru/52627.html
3. Е.А. Основы рекламы [Электронный ресурс]: практикум / Е.А. Арутюнова. - Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. - 122 с.	http://www.iprbookshop.ru/62977.html

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". - Москва, 2011 - - URL: <http://znanium.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. <http://znanium.com/catalog/> Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: <https://нэб.рф/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: <http://nlr.ru/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. "... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населения России народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую



преимущество, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени." (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) <https://нэб.рф/>
ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - <https://adindustry.ru/>
Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела. Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт - 2006. - URL: <https://www.alladvertising.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© "РИП-холдинг") : сайт - 1999. - URL: <http://www.advertology.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт - 1998. - URL: <https://www.sostav.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. - Москва, 1997. - 2021. - URL: <http://www.consultant.ru/about/>. - Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). - Текст: электронный. Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. <https://adindustry.ru/>



9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции/ трудовые функции
<p>Тема 1. Понятие рекламного права и рекламного законодательства.</p> <p>Рекламное право как совокупность правовых норм, регулирующих отношения в сфере производства и распространения рекламы. Конституционное право - политические, социальные, экономические основы общественного устройства, права и свободы человека и гражданина, формы государственного устройства, механизмы осуществления государственной власти и местного самоуправления. Гражданское право как совокупность правовых норм, регулирующих имущественные и личные неимущественные отношения, организационно-правовой статус субъектов рекламного рынка, их имущественные отношения, вещные права, обязательства и договоры. Административное право - формы и методы государственного контроля, полномочия антимонопольных органов, осуществляющих контроль и надзор за соблюдением законодательства в сфере рекламы.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ОПК-5.1., УК-10.1</p>
<p>Тема 2. Государственное регулирование рекламной деятельности</p> <p>Задачи и основные принципы государственного регулирования рекламной деятельности. Механизм государственного регулирования рекламной деятельности: понятие, состав, методы регулирования — правовые, экономические, административные. Налоговая политика. Федеральный Закон РФ «О рекламе» и его значение в регулировании рекламной деятельности. Цели и сфера применения Закона РФ «О рекламе», его основные положения. Общие и специальные требования к рекламе. Виды ненадлежащей рекламы: недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная, скрытая. Основные направления развития и совершенствования Закона «О рекламе». Федеральный закон РФ «Об авторском праве и смежных правах» и его значение в регулировании рекламной деятельности.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ОПК-5.1., УК-2.1.</p>

<p>Правовая защита авторских прав. Ответственность за нарушение прав авторов в рекламной деятельности. Федеральный закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и его значение в регулировании рекламной деятельности. Понятие добросовестной и недобросовестной конкуренции.</p>				
<p>Тема 3. Формы негосударственного регулирования рекламной деятельности.</p> <p>Органы саморегулирования в области рекламы: общественные организации, объединения, ассоциации и союзы юридических лиц и их роль в саморегулировании в области рекламы. Формы их деятельности и полномочия. Саморегулирование рекламной деятельности участниками рекламного процесса. Самодисциплина и ответственность рекламодателя. Организационные структуры в компаниях рекламодателя, ответственные за соблюдение в рекламе норм и положений законодательства о рекламе. Саморегулирование в рекламном агентстве.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ОПК-5.2., УК-10.2</p>
<p>Тема 4. Особенности отдельных видов рекламы и их правовое регулирование.</p> <p>Особенности отдельных видов рекламы: в радио и телепрограммах, рекламы в периодических печатных изданиях, наружной рекламы, рекламы на транспортных средствах, рекламы отдельных видов товаров, рекламы финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг, социальной рекламы и их правовое регулирование. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-2.1, УК-2.2</p>
<p>Тема 5. Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров.</p> <p>Реклама алкогольной продукции и табака. Реклама лекарственных средств и медицинских услуг, биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания. Реклама продукции военного назначения, осуществляемых на риске игр, пари. Реклама финансовых услуг, ценных бумаг, услуг по заключению договоров аренды.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ОПК-5.2., УК-10.1.</p>
<p>Тема 6. Правовой статус субъектов рекламной деятельности.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний,</p>	<p>Аудиторная</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы,</p>	<p>УК-2.1,</p>

<p>Понятие и виды субъектов рекламной деятельности, их классификация. Законодательство, регулирующее правовое положение субъектов рекламной деятельности. Организационно-правовые формы юридических лиц в рекламной деятельности, их правовой статус, правовая защита их интересов.</p>	<p>формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков</p>	<p>(изучение нового учебного материала, формирование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-2.2</p>
<p>Тема 7. Ответственность за нарушение рекламного законодательства. Гражданско-правовая ответственность за нарушения обязательств по договорам, регулирующим рекламную деятельность. Основания ответственности за административные правонарушения в сфере рекламы. Административные санкции и порядок их наложения.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-10.1, УК-10.2</p>

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
Adobe Reader DC Свободная лицензия
Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. - Москва, 2011 - - URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znanium.com/catalog/
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: https://нэб.рф/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://нэб.рф/
ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - https://adindustry.ru/ Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела.Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт - 2006. - URL: https://www.alladvertising.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© 'РИП-холдинг') : сайт - 1999. - URL: http://www.advertology.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт - 1998. - URL: https://www.sostav.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный.КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. - Москва, 1997. - 2021. - URL: http://www.consultant.ru/about/ . - Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). - Текст: электронный.Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. https://adindustry.ru/

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр



Название

Инфра-М'. - Москва, 2011 - - URL: <http://znanium.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. <http://znanium.com/catalog/>

IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. - Саратов, 2010 - . - URL: <http://www.iprbookshop.ru/586.html> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. <http://www.iprbookshop.ru/586.html>

ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - <https://adindustry.ru/> Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела. Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт - 2006. - URL: <https://www.alladvertising.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© 'РИП-холдинг') : сайт - 1999. - URL: <http://www.advertology.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт - 1998. - URL: <https://www.sostav.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. - Москва, 1997. - 2021. - URL: <http://www.consultant.ru/about/>. - Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). - Текст: электронный. Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. <https://adindustry.ru/>



11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-21). 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского/ ул.Пролетарская, дом № 30/дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ ул.Пролетарская, дом №234, стр. 1), Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 28 посадочных мест, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	
Помещения для самостоятельной работы (1-Читальный зал ФГБОУ ВО «МГТУ»). 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Первомайская, дом № 191, Здание учебного корпуса	Мебель на 150 посадочных мест, компьютерное оснащение с выходом в Интернет на 30 посадочных мест, специализированная мебель (стулья, столы, шкафы, шкафы выставочные), мультимедийное оборудование, оргтехника (принтеры, сканеры, ксерокс)	Adobe Reader DC Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401

