

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Документ подписан простым электронным способом
Информация о владельце: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
ФИО: Игнатенко Виталий Иванович
Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике
Дата подписания: 02.10.2023 10:04:47
Уникальный программный ключ: «Защитный государственный университет им. Н.М. Федоровского»
a49ae343af5448d45d7e3e1e499659da8109ba78 (ЗГУ)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по ОДиМП
_____ В.И. Игнатенко

Правовое регулирование рекламной деятельности

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **экономики, менеджмента и организации производства**

Учебный план **бак.-очн. 38.03.02_ДМ-2023.plx**
Направления подготовки: Менеджмент

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану **72** Виды контроля в семестрах:
в том числе: **Зачет 2**
аудиторные занятия **32**
самостоятельная работа **40**
часов на контроль

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	16			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

К.э.н., Доцент Торгашова Н.А. _____

Рабочая программа дисциплины

Правовое регулирование рекламной деятельности

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол № 5 от 17.04.2023

Срок действия программы: 2023-2024 уч.г.

И.о. Зав. кафедрой доцент Н.А. Торгашова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова _____ 2023 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от 17.04.2023г. № 5
И.о. Зав. Кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

К.э.н., доцент Н.А. Торгашова _____ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2024 г. № ____
И.о. Зав. кафедрой доцент Н.А. Торгашова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

К.э.н., доцент Н.А. Торгашова _____ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
Философии, истории и иностранных языков

Протокол от _____ 2025 г. № ____
И.о. Зав. кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

К.э.н., доцент Н.А. Торгашова _____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2026 г. № ____
И.о. Зав. кафедрой доцент Н.А. Торгашова

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Учебная дисциплина «Правовое регулирование рекламной деятельности» имеет своей целью усовершенствовать имеющиеся у обучаемых способности, понимание сущности основных понятий в сфере рекламной деятельности, способов правового регулирования и применения, особенностей их квалифицирующих признаков и сформировать умения творчески применять знания в профессиональной деятельности в области рекламной деятельности.
1.2	Задачи преподавания дисциплины:
1.3	- применять на практике нормы законодательства, регулирующие рекламную деятельность;
1.4	- анализировать и решать юридические проблемы в сфере рекламной деятельности;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.Б
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Философия
2.2.2	Основы корпоративной культуры и деловое общение

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
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: Осуществляет поиск норм действующего законодательства и правовых норм, регулирующих профессиональную деятельность	

ПК-1: Способен реализовывать стратегию поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной среде Интернет	
ПК-1.1: Использует типовые методы и способы выполнения профессиональных задач в области рекламы в информационно-телекоммуникационной среде Интернет	
ПК-3: Способен реализовывать стратегию социального продвижения в информационно- телекоммуникационной сети Интернет	
ПК-3.1: Использует методы прогнозирования и снижения профессионального риска при продвижении в информационно- телекоммуникационной сети Интернет	

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- понятие, признаки и виды рекламы;
3.1.2	- систему правового регулирования рекламной деятельности в Российской Федерации;
3.1.3	- отдельные способы распространения рекламы;
3.1.4	- правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров;
3.1.5	- правовое регулирование отдельных видов рекламы;
3.1.6	- органы государственной власти, осуществляющие контроль за соблюдением законодательства о рекламе;
3.1.7	- объекты интеллектуальной собственности в рекламной деятельности;
3.1.8	- правовую охрану объектов авторского права в рекламе;
3.1.9	- правовую охрану средств индивидуализации в рекламе;
3.1.10	- правовую охрану секретов производства (ноу-хау) в сфере рекламной деятельности;
3.1.11	- договоры в сфере рекламной деятельности;

3.1.12	- правовое регулирование налогообложения рекламной деятельности;
3.1.13	- разграничения рекламы и смежных категорий;
3.2	Уметь:
3.2.1	- применять на практике нормы законодательства регулирующие рекламную деятельность в РФ;
3.2.2	- анализировать и решать юридические проблемы в сфере рекламных правоотношений;
3.2.3	- сравнивать и сопоставлять основные виды договоров в сфере рекламной деятельности, обобщать теоретические положения, суждения учёных;
3.2.4	- ориентироваться в законодательстве и уметь применять нормы, регулирующие рекламную деятельность на практике.
3.3	Владеть:
3.3.1	Навыками поиска норм действующего законодательства и правовых норм, регулирующих профессиональную деятельность
3.3.2	Навыками - подготовки юридических документов

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Реклама как объект правоотношений						
1.1	Тема 1. Понятие, признаки рекламы /Лек/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.2	Тема 1. Понятие, признаки рекламы /Пр/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.3	Тема 1. Понятие, признаки рекламы /Ср/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.4	Тема 2. Система источников правового регулирования рекламной деятельности в Российской Федерации /Лек/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.5	Тема 2. Система источников правового регулирования рекламной деятельности в Российской Федерации /Пр/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.6	Тема 2. Система источников правового регулирования рекламной деятельности в Российской Федерации /Ср/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
	Тема 3.Правовое регулирование отдельных видов рекламы/Лек/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		

Тема 3. Правовое регулирование отдельных видов рекламы/Пр/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 3. Правовое регулирование отдельных видов рекламы/Ср/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 4. Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров/Лек/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 4. Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров/Пр/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 4. Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров/Ср/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Раздел 2. Отдельные способы распространения рекламы						
Тема 1. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи/Лек/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 1. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи/Пр/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 1. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи/Ср/	2	9	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 2. Реклама в средствах массовой Информации/Ле/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 2. Реклама в средствах массовой Информации/Пр/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 2. Реклама в средствах массовой Информации/Ср/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		

Тема 3. Реклама при кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях./Лек/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 3. Реклама при кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях./Пр/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 3. Реклама при кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях./Ср/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 4. Проблемы правового регулирования рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Ограничения спама./Лек/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 4. Проблемы правового регулирования рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Ограничения спама./Прк/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 4. Проблемы правового регулирования рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Ограничения спама./Ср/	2	9	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 5. Правое регулирование наружной рекламы./Лек/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 5. Правое регулирование наружной рекламы./Пр/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 5. Правое регулирование наружной рекламы./Ср/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 6. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и с их использованием./Лек/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
Тема 6. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и с их использованием./Пр/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2		
Тема 6. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и с их использованием./Ср/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		

	Раздел 3. Договоры в сфере рекламной деятельности						
	Тема 1. Договоры возмездного оказания рекламных услуг. Рекламный подряд/Лек/.	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
	Тема 1. Договоры возмездного оказания рекламных услуг. Рекламный подряд/Пр/.	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
	Тема 1. Договоры возмездного оказания рекламных услуг. Рекламный подряд/Ср/.	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
	Тема 2. Договоры в сфере наружной рекламы/Лек/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
	Тема 2. Договоры в сфере наружной рекламы/Пр/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
	Тема 2. Договоры в сфере наружной рекламы/Ср/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
	Тема 3. Договоры о передаче исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности в сфере Рекламной деятельности/Лек/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
	Тема 3. Договоры о передаче исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности в сфере Рекламной деятельности/Пр/	2	1	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		
	Тема 3. Договоры о передаче исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности в сфере Рекламной деятельности/Ср/	2	2	УК-2.1, ПК-1.1, ПК-3.1	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2		

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

1. Понятие рекламы и ее правовая характеристика.
2. Понятие добросовестной рекламы.
3. Понятие недостоверной рекламы.
4. Понятие недобросовестной рекламы.
5. Рекламная деятельность как один из видов предпринимательской деятельности.
6. Признаки рекламы.
7. Субъекты рекламной деятельности (рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель).
8. Основные требования, предъявляемые к рекламе.
9. Специальные требования к рекламной деятельности.
10. Конституционные основы рекламной деятельности в РФ.
11. Международный кодекс рекламной практики Международной торговой палаты как источник правового регулирования рекламной деятельности.
12. Характеристика законодательства РФ о рекламе.
13. Правовое регулирование социальной рекламы.
14. Правовое регулирование рекламы с участием несовершеннолетних.
15. Правовое регулирование спонсорской рекламы.
16. Правовое регулирование политической рекламы.
17. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи.
18. Реклама лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины.
19. Реклама алкогольной продукции.
20. Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания.
21. Реклама продукции военного назначения и оружия.
22. Реклама основанных на риске игр, пари.
23. Реклама финансовых услуг и финансовой деятельности.
24. Реклама ценных бумаг.
25. Реклама деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации.
26. Нормативно правовое регулирование товаров при дистанционном способе их продажи.
27. Требования предъявляемые к продавцу при дистанционном способе продажи.
28. Правила продажи товаров дистанционным способом.
29. Преимущества дистанционного способа продажи.
30. Нормативно правовое регулирование рекламы в средствах массовой информации.
31. Правовые основы рекламы на телевидении.
32. Способы распространения рекламы на телевидении.
33. Продолжительность и объем рекламы в детских и образовательных телепрограммах.
34. Специфические особенности регулирования рекламы, размещаемой во время спортивного мероприятия.
35. Правовое регулирование радиорекламы.
36. Специальные требования установлены для рекламы в детских и образовательных радиопередачах.
37. Специальные требования к рекламе в период радиотрансляции в прямом эфире или в записи спортивных соревнований.
38. Реклама в периодических печатных СМИ.
39. Требования, предъявляемые к рекламе в периодических печатных изданиях.
40. Условия распространения рекламы при кино и видеообслуживании.
41. Условия распространения рекламы по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях.
42. Особенности регулирования рекламы при кино и видеообслуживании.
43. Правовое регулирование рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
44. Требования к рекламе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
45. Ограничения, предусмотренные для рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
46. Классификация спама.
47. Нормативно-правовое регулирование наружную рекламу.
48. Разрешения на размещение наружной рекламы.
49. Регламентация порядка установки рекламных конструкций.
50. Сведений, прилагаемых к заявлению на разрешение установки рекламной конструкции.
51. Общие технические требования к средствам наружной рекламы.
52. Требования Госстандарта регламентирующие правила размещения средств наружной рекламы.
53. Нормативно правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и с их использованием.

5.2. Темы письменных работ

1. Рекламное право как самостоятельная отрасль российского права
2. Современные тенденции развития рекламного права в России
3. Юридическая природа рекламного права и рекламных правоотношений
4. Понятие, состав и юридическая природа рекламного законодательства
5. Место законодательства о рекламе в правовой системе России
6. Источники законодательства о рекламе: иерархия и проблемы гармонизации
7. Международно-правовые акты как источники законодательства о рекламе
8. Судебная практика по делам о рекламе как источник Российского права
9. Юридическая специфика взаимодействия субъектов рекламной деятельности
10. Развитие рекламного законодательства и компетенция органов местного самоуправления в сфере наружной рекламы
11. Правовая регламентация рекламы в странах ближнего зарубежья
12. Функции рекламы
13. Правовые особенности рекламы отдельных видов товаров
14. Юридическая специфика рекламы отдельных видов услуг
15. Специфика и роль временных характеристик теле / радио рекламы по законодательству РФ
16. Специфика правовой регламентации рекламы привлечения денежных средств строительства жилья
17. Специфика правовой регламентации рекламы услуг по заключению договора аренды
18. Конфессиональная реклама
19. Язык рекламных текстов в свете требований современной юридической техники и задача повышения правовой культуры граждан и должностных лиц
20. Особенности договора на распространение рекламы.
21. Правонарушения при распространении рекламы в Интернете и специфика юридической ответственности за их совершение
22. Реклама с нарушением требований этического характера как моральноправовой феномен
23. Правонарушения в сфере политической рекламы и особенности юридической ответственности за их совершение
24. Правонарушения в сфере социальной рекламы и специфика юридической ответственности за их совершение
25. Международно-правовая ответственность в сфере рекламной деятельности: природа, виды, эффективность действия
26. Понятие ненадлежащей рекламы по российскому рекламному законодательству
27. Правонарушения в сфере наружной рекламы
28. Нарушения авторских прав в рекламе
29. Комплексный институт юридической ответственности за правонарушения по рекламному законодательству
30. Социальная опасность скрытой рекламы и особенности ее правовой регламентации
31. Деятельность ОВД по профилактике и пресечению правонарушений в сфере рекламной деятельности
32. Специфика и совершенствование правовой регламентации рекламы основанных на риске игр, пари
33. Незаконное использование детского образа как разновидность правонарушения по российскому рекламному праву
34. Специфика административной ответственности за правонарушения в сфере рекламного бизнеса
35. Специфика гражданско-правовой ответственности за правонарушения в сфере рекламного бизнеса
36. Специфика уголовной ответственности за правонарушения в сфере рекламного бизнеса
37. Понятие, роль и специфика саморегулирования в сфере рекламы
38. Государственный контроль в сфере рекламы
39. Федеральная антимонопольная служба РФ (история развития, функции)

5.3. Фонд оценочных средств

ФОС расположен в разделе «Сведения об образовательной организации» подраздел «Образование» официального сайта ЗГУ <http://polaruniversity.ru/sveden/education/eduop/>

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль проводится в виде: опроса на занятиях, проверочных и самостоятельных работ, промежуточная аттестация - тестирование

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

1. Сабетова Т.В. Реклама и рекламная деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т.В. Сабетова. — Электрон. текстовые данные. — Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. — 165 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72744.html>

2. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.А. Васильева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 102 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>

6.1.2 Дополнительная литература

1. Антипов К.В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / К.В. Антипов. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2018. — 326 с. — 978-5-394-02394-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14075.html>

2. Евстафьев В.А. История российской рекламы. Современный период [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.А. Евстафьев, Е.Э. Пасютина. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2017. — 880 с. — 978-5-394-02686-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70829.html>

3. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2019. — 538 с. — 978-5-394-01804-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10948.html>

4. Фролов В.В. История отечественной рекламы XX—XXI веков [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.В. Фролов. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 74 с. — 978-5-4486-0025-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70766.html>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Онлайн платформа ЗГУ (https://learn.norvuz.ru/)
Э2	Электронная библиотека ЗГУ (http://biblio.norvuz.ru/MarcWeb2/Default.asp)
Э3	Электронно-библиотечная система Лань (https://e.lanbook.com)
Э4	Цифровая библиотека IPRsmart (https://www.iprbookshop.ru)

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	ABBYY FineReader 10
6.3.1.2	CorelDraw Graphics Suite X5
6.3.1.3	MS Access 2007
6.3.1.4	MS Access 2010
6.3.1.5	MS Office Standard 2007
6.3.1.6	MS Office Standard 2010
6.3.1.7	MS Office Standard 2013
6.3.1.8	MS Windows 7
6.3.1.9	MS Windows XP
6.3.1.10	RMeasiteach Next Generation
6.3.1.11	Adobe Reader XI
6.3.1.12	AutoCAD Education 2012 (версия для образовательных учреждений)
6.3.1.13	Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений)
6.3.1.14	1С: Предприятие (учебная версия)
6.3.1.15	ArchiCAD 15 (версия для образовательных учреждений)
6.3.1.16	Ramus Educational (учебная версия)

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Электронная библиотека ЗГУ (http://biblio.norvuz.ru/MarcWeb2/Default.asp)
6.3.2.2	Электронно-библиотечная система Лань (https://e.lanbook.com)
6.3.2.3	Цифровая библиотека IPRsmart (https://www.iprbookshop.ru)
6.3.2.4	Зарубежные электронные ресурсы издательства SpringerNature: Springer Journals (http://link.springer.com) Nature Journals (https://www.nature.com/siteindex) Springer Nature Experiments (https://experiments.springernature.com/) Springer Materials (http://materials.springer.com/) zbMATH (http://zbmath.org) Nano Database (https://nano.nature.com/)
6.3.2.5	Зарубежный электронный ресурс издательства Elsevier: ScienceDirect (https://www.sciencedirect.com/) Freedom Collection (https://www.sciencedirect.com/) Freedom Collection eBook collection (https://www.sciencedirect.com/)
6.3.2.6	Международная реферативная база данных Scopus: Scopus (SciVerse Scopus) (http://www.scopus.com)

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	<p>Ауд. 428 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских занятий, самостоятельной работы, курсового проектирования (компьютерный и мультимедийный класс) (посадочных мест - 30) 10 моноблоков (Intel Celeron J1800 2.41GHz, 4Гб ОЗУ, HDD 500 Гб) проектор Panasonic PT-LB60NTE.</p> <p>Лицензионное ПО: MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Office Standard 2010 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Access 2010 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) ABBYY FineReader 10 (Номер лицензии 94965 от 25.08.2010) CorelDraw Graphics Suite X5 (Номер лицензии 4069593 от 28.07.2010)</p> <p>Бесплатное ПО: Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений) 1С: Предприятие (учебная версия) ArchiCAD 15 (версия для образовательных учреждений)</p>
7.2	<p>Ауд. 434 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских занятий (посадочных мест - 80)</p>
7.3	<p>Ауд. 504 - аудитория для проведения лабораторных, семинарских занятий (посадочных мест - 16)</p>
7.4	<p>Ауд. 524 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских, интерактивных занятий (мультимедийный класс) (посадочных мест - 42) 1 компьютер (Intel Core i3-2120 3.30GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 250 Гб), интерактивная доска iRU, 1 проектор NEC UM361x.</p> <p>Лицензионное ПО: MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Office Standard 2013 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) RMeasiteach Next Generation (Номер лицензии 1SV-367)</p>
7.5	<p>Ауд. 422 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских, интерактивных занятий, самостоятельной работы, курсового проектирования (компьютерный и мультимедийный класс) (посадочных мест - 19) 5 Моноблоков Intel Atom D525 1.80GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 160 Гб) интерактивная доска iRU, 1 проектор NEC UM361x, 1 проектор Panasonic vx510 xga.</p> <p>Лицензионное ПО: MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Office Standard 2013 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) RMeasiteach Next Generation (Номер лицензии 1SV-367)</p> <p>Бесплатное ПО: Adobe Reader XI AutoCAD Education 2012 (версия для образовательных учреждений)</p>
7.6	<p>Ауд. 424 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских занятий, самостоятельной работы (мультимедийный класс) (посадочных мест - 38) 1 компьютер (Intel Pentium G630 2.70GHz, 2.69GHz 2Гб ОЗУ, HDD 250 Гб), 1 проектор Panasonic pt-lb60nte, 1 проектор Epson eb-485wi.</p> <p>Лицензионное ПО: MS Windows XP (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Office Standard 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Access 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)</p> <p>Бесплатное ПО: 1С: Предприятие (учебная версия) Ramus Educational (учебная версия) Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений)</p>

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Эффективное освоение дисциплины предполагает регулярное посещение всех видов аудиторных занятий, выполнение плана самостоятельной работы в полном объеме и прохождение аттестации в соответствии с календарным учебным графиком. Студенту рекомендуется ознакомиться со списком основной и дополнительной литературы и взять в библиотеке издания в твёрдой копии (необходимо иметь при себе читательский билет и уметь пользоваться электронным каталогом biblio.norvuz.ru).

Доступ к информационным ресурсам библиотеки и информационно-справочным системам сети «Интернет» посредством беспроводного доступа при активации индивидуальной учетной записи. Пользование информационными ресурсами расширяет возможности освоения теоретического курса, выполнения самостоятельной работы и позволяет получить информацию для реализации творческих образовательных технологий.

Формы самостоятельной работы студентов по данной дисциплине разнообразны. Они включают в себя:

- изучение учебной и методической литературы с привлечением электронных средств периодической и научной информации;
- подготовка к лекционным, лабораторным работам, контрольным мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателя являются текущие консультации.

обеспечение дисциплины); 3. организованы еженедельные консультации.

Промежуточная аттестация по дисциплине. Подготовка к промежуточной аттестации включает проработку теоретического материала, ответы на контрольные вопросы. Вопросы, возникающие во время подготовки, можно выяснить во время консультации. Для получения допуска студент должен выполнить, оформить и сдать все виды работ, предусмотренные тематическим планом учебной программы дисциплины. Допуск выставляется только в случае положительной аттестации по всем контрольным точкам и после выполнения студентом всех видов самостоятельной и аудиторной работы.