

# Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Игнатенко Виталий Иванович

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике

Дата подписания: 07.08.2025 12:18:56

«Заполярье» государственный университет им. Н.М. Федоровского»

(ЗГУ)

Уникальный программный ключ:

a49ae343af5448d45d7e3e1e499659da8109ba78

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по ОД и МП

\_\_\_\_\_ Игнатенко В.И.

## Правовое регулирование рекламной деятельности

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Экономика, менеджмент и организация производства**

Учебный план 38.03.02\_бак-очн.ДМ-2025+.plx  
Направление подготовки: Менеджмент

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72

в том числе:

аудиторные занятия 32

самостоятельная работа 40

Виды контроля в семестрах:

зачеты 2

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестра курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	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	13	40	13
Итого	72	45	72	45



Программу составил(и):

*кандидат экономических наук Доцент Н.А. Торгашова* \_\_\_\_\_

Согласовано:

*к.э.н. зав.каф.ЭМиОП Н.А. Торгашова* \_\_\_\_\_

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)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: Менеджмент

утвержденного учёным советом вуза от 01.01.2025 протокол № 00-0.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Экономика, менеджмент и организация производства**

Протокол от 17.03.2025г. № №7

Срок действия программы: уч.г.

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  
**Экономика, менеджмент и организация производства**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2026 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова      \_\_\_ \_\_\_\_\_ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры  
**Экономика, менеджмент и организация производства**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2027 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова      \_\_\_ \_\_\_\_\_ 2028 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры  
**Экономика, менеджмент и организация производства**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2028 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова      \_\_\_ \_\_\_\_\_ 2029 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2029-2030 учебном году на заседании кафедры  
**Экономика, менеджмент и организация производства**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2029 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой к.э.н., 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
1.2	признаков и сформировать умения творчески применять знания в профессиональной деятельности в области рекламной деятельности.
1.3	Задачи преподавания дисциплины:
1.4	- применять на практике нормы законодательства, регулирующие рекламную
1.5	деятельность;
1.6	- анализировать и решать юридические проблемы в сфере рекламной деятельности;

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Антикризисный маркетинг
2.2.2	Брендинг
2.2.3	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2.2.4	Антикризисный маркетинг
2.2.5	Брендинг
2.2.6	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ(МОДУЛЯ)**

**ПК-1.1: Использует типовые методы и способы выполнения профессиональных задач в области рекламы в информационно-телекоммуникационной среде Интернет**

<b>Знать:</b>
<b>Уметь:</b>
<b>Владеть:</b>

**ПК-3.1: Использует методы прогнозирования и снижения профессионального риска при продвижении в информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

<b>Знать:</b>
<b>Уметь:</b>
<b>Владеть:</b>

**УК-2.1: Осуществляет поиск норм действующего законодательства и правовых норм, регулирующих профессиональную деятельность**

<b>Знать:</b>
<b>Уметь:</b>
<b>Владеть:</b>

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
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;
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
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 теоретически положения, суждения учёных;
3.2.4	- ориентироваться в законодательстве и уметь применять нормы, регулирующие рекламную деятельность на практике.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
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
	<b>Раздел 1. Реклама как объект правоотношений</b>						
1.1	Тема 1. Понятие, признаки рекламы /Лек/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.2	Тема 1. Понятие, признаки рекламы /Пр/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.3	Тема 1. Понятие, признаки рекламы /Ср/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.4	Тема 2. Система источников правового регулирования рекламной деятельности в Российской Федерации /Лек/	2	2	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.5	Тема 2. Система источников правового регулирования рекламной деятельности в Российской Федерации /Пр/	2	2	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.6	Тема 2. Система источников правового регулирования рекламной деятельности в Российской Федерации /Ср/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.7	Тема 3. Правовое регулирование отдельных видов рекламы	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.8	Тема 3. Правовое регулирование отдельных видов рекламы	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.9	Тема 3. Правовое регулирование отдельных видов рекламы	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.10	Тема 4. Правовое регулирование отдельных видов товаров /Лек/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.11	Тема 4. Правовое регулирование отдельных видов товаров /Пр/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.12	Тема 4. Правовое регулирование отдельных видов товаров /Ср/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
	<b>Раздел 2. Отдельные способы распространения рекламы</b>						
2.1	Тема 1. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи /Лек/	2	2	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.2	Тема 1. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи /Пр/	2	2	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	



2.3	Тема 1. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи /Ср/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.4	Тема 2. Реклама в средствах массовой Информации /Лек/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.5	Тема 2. Реклама в средствах массовой Информации /Пр/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.6	Тема 2. Реклама в средствах массовой Информации /Ср/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.7	Тема 3. Реклама при кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях /Лек/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.8	Тема 3. Реклама при кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях /Пр/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.9	Тема 3. Реклама при кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях /Ср/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.10	Тема 4. Проблемы правового регулирования рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Ограничения спама /Лек/	2	2	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.11	Тема 4. Проблемы правового регулирования рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Ограничения спама /Пр/	2	2	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.12	Тема 4. Проблемы правового регулирования рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Ограничения спама /Ср/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.13	Тема 5. Правовое регулирование наружной рекламы /Лек/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.14	Тема 5. Правовое регулирование наружной рекламы /Пр/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.15	Тема 5. Правовое регулирование наружной рекламы /Ср/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.16	Тема 6. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и их использованием /Лек/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.17	Тема 6. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и их использованием /Пр/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.18	Тема 6. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и их использованием /Ср/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
	<b>Раздел 3. Договоры в сфере рекламной деятельности</b>						



3.1	Тема 1. Договоры возмездного оказания рекламных услуг. Рекламный подряд /Лек/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
3.2	Тема 1. Договоры возмездного оказания рекламных услуг. Рекламный подряд /Пр/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
3.3	Тема 1. Договоры возмездного оказания рекламных услуг. Рекламный подряд /Ср/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
3.4	Тема 2. Договоры в сфере наружнойрекламы /Лек/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
3.5	Тема 2. Договоры в сфере наружнойрекламы /Пр/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
3.6	Тема 2. Договоры в сфере наружнойрекламы /Ср/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
3.7	Тема 3. Договоры о передачеисключительных прав на объектыинтеллектуальной собственности всфере Рекламной деятельности /Лек/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
3.8	Тема 3. Договоры о передачеисключительных прав на объектыинтеллектуальной собственности всфере Рекламной деятельности /Пр/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
3.9	Тема 3. Договоры о передачеисключительных прав на объектыинтеллектуальной собственности всфере Рекламной деятельности /Ср/	2	1	ПК-3.1 ПК-1.1 УК-2.1	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

## 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 регулированиярекламной 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 ГОСТа 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 морально-правовой 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

Содержание и структура ФОС по «Правовой среде современного бизнеса»

Цель ФОС

Обеспечить проверку соответствия уровня подготовки студентов требованиям образовательной программы и федеральным государственным образовательным стандартам (ФГОС), а также формирование профессиональных и общекультурных компетенций, связанных с правовым обеспечением бизнеса.

Основные компетенции, формируемые и оцениваемые ФОС

Знание основ экономических и правовых понятий, связанных с предпринимательской деятельностью и бизнесом.

Понимание правового статуса субъектов предпринимательства, их прав и обязанностей.

Владение методами правового регулирования предпринимательской деятельности, включая государственное регулирование, контроль, лицензирование, антимонопольное законодательство.

Умение применять нормы корпоративного, налогового, контрактного права в конкретных бизнес-ситуациях.

Навыки защиты прав предпринимателей и привлечения к ответственности за правонарушения.

Формы оценочных средств

Тесты и вопросы для устного и письменного опроса.

Практические задания и кейсы для анализа правовых ситуаций.

Решение задач по конкретным аспектам предпринимательского права.

Защита рефератов и письменных работ.

Экзаменационные билеты и контрольные срезы знаний.

Примерные темы и модули для контроля

Понятие, предмет, метод и источники предпринимательского права.

Субъекты предпринимательского права: индивидуальные предприниматели, юридические лица.

Правовой статус коммерческих организаций.

Государственное регулирование и контроль предпринимательской деятельности.

Правовые основы несостоятельности (банкротства).

Публичные закупки и государственно-частное партнерство.

Корпоративное, антимонопольное и налоговое право в бизнесе.

Технологии оценки

Оценка знаний осуществляется через устные ответы, тестирование, решение задач, защиту письменных работ, что позволяет комплексно оценить уровень подготовки и сформированность компетенций.

### 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

Авторы, составители	Заглавие, размещение	Издательство, год	Колич-во
---------------------	----------------------	-------------------	----------



	Авторы, составители	Заглавие, размещение	Издательство, год	Колич-во
ЛП.1	Эриашвили Н. Д., Романов А. А., Васильев Г. А., Апаликов Н. С., Свиридова Е. А., Линева А. Н.	Правовое регулирование рекламной деятельности: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» <a href="http://www.iprbookshop.ru/81824.html">http://www.iprbookshop.ru/81824.html</a>	Москва: ЮНИТИ- ДАНА, 2017	1
ЛП.2	Эриашвили, Н. Д., Романов, А. А., Васильев, Г. А., Апаликов, Н. С., Свиридова, Е. А., Линева, А. Н.	Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «юриспруденция» <a href="https://www.iprbookshop.ru/81824.html">https://www.iprbookshop.ru/81824.html</a>	Москва: ЮНИТИ- ДАНА, 2017	1

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

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

### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
6.3.1.2	MS Office Standard 2013 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
6.3.1.3	MS Office Standard 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
6.3.1.4	MS Windows XP (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
6.3.1.5	ABBYY FineReader 10 (Номер лицензии 94965 от 25.08.2010)

### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

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

### 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	1. Учебные аудитории для проведения лекций;
7.2	Учебные аудитории для практических (семинарских) занятий;



7.3	Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, самостоятельной работы; текущего контроля и промежуточной аттестации (аудитория 309) Перечисление аудиторного фонда и ВТ 1 компьютер (Intel PentiumG620 2.60GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 250 Гб)
7.4	- MS Windows XP (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.5	- MS Office Standard 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.6	- MS Access 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)

#### 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](http://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.