

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Курганский государственный университет»  
(КГУ)

Кафедра «Частное и публичное право»

УТВЕРЖДАЮ:  
Первый проректор  
\_\_\_\_\_/Т. Р. Змызгова/  
«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_ 2024 г.

**Рабочая программа учебной дисциплины**  
**Правовое регулирование рекламной деятельности**

образовательной программы высшего образования –  
программы бакалавриата

**40.03.01 - Юриспруденция**

Направленность (профиль):  
Гражданское право и гражданский процесс

Форма обучения: очная, заочная

Курган 2024

Рабочая программа дисциплины «Правовое регулирование рекламной деятельности» составлена в соответствии с учебными планами по программе бакалавриата «Юриспруденция» направленность (профиль): «Гражданское право и гражданский процесс», утвержденными:

- для очной формы обучения «28» июня 2024 года.
- для заочной формы обучения «28» июня 2024 года.

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры «Частное и публичное право» 06 сентября 2024 года, протокол № 1.

Рабочую учебную программу составил  
старший преподаватель

Е. В. Чепис

Согласовано:

Заведующий кафедрой  
«Частное и публичное право»  
канд. юрид. наук., доцент  
(Ф.И.О.)

А. Н. Глебов

Специалист учебно-методического отдела  
по учебно-методической работе

И.В. Тарасова

Начальник управления  
образовательной деятельности

И. В. Григоренко

## 1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Всего: 2 зачетных единицы трудоемкости (72 академических часа)

### Очная форма обучения

| Вид учебной работы                                                                           | На всю дисциплину | Семестр      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------|
|                                                                                              |                   | 6            |
| <b>Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов<br/>в том числе:</b> | <b>32</b>         | <b>32</b>    |
| Лекции                                                                                       | 16                | 16           |
| Практические занятия                                                                         | 16                | 16           |
| <b>Самостоятельная работа, всего часов<br/>в том числе:</b>                                  | <b>40</b>         | <b>40</b>    |
| Подготовка к зачету                                                                          | 18                | 18           |
| Другие виды самостоятельной работы<br>(самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины)   | 22                | 22           |
| <b>Вид промежуточной аттестации (зачет)</b>                                                  | <b>Зачет</b>      | <b>Зачет</b> |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов</b>                      | <b>72</b>         | <b>72</b>    |

### Заочная форма обучения

| Вид учебной работы                                                                           | На всю дисциплину | Семестр      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------|
|                                                                                              |                   | 8            |
| <b>Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов<br/>в том числе:</b> | <b>4</b>          | <b>4</b>     |
| Лекции                                                                                       | 2                 | 2            |
| Практические занятия                                                                         | 2                 | 2            |
| <b>Самостоятельная работа, всего часов<br/>в том числе:</b>                                  | <b>68</b>         | <b>68</b>    |
| Подготовка к зачету                                                                          | 18                | 18           |
| Другие виды самостоятельной работы<br>(самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины)   | 50                | 50           |
| <b>Вид промежуточной аттестации (зачет)</b>                                                  | <b>Зачет</b>      | <b>Зачет</b> |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов</b>                      | <b>72</b>         | <b>72</b>    |

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Правовое регулирование рекламной деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 дисциплины по выбору направления подготовки 40.03.01 юриспруденция (направленность: гражданское право и гражданский процесс).

Дисциплина «Правовое регулирование рекламной деятельности» тесно взаимосвязана с другими юридическими дисциплинами. «Правовое регулирование рекламной деятельности» изучается обучающимися после освоения основных юридических учебных курсов и базируется на результатах обучения, сформированных при их изучении: «Конституционное право», «Гражданское право», «Гражданский процесс», «Административное право», «Финансовое право», «Налоговое право». «Уголовное право», «Уголовный процесс».

Рабочая программа дисциплины «Правовое регулирование рекламной деятельности» формирует базовые компетенции для изучения последующих дисциплин: предпринимательское право, арбитражный процесс.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

**Целью** учебной дисциплины «Правовое регулирование рекламной деятельности» является подготовка бакалавра, обладающего набором компетенций, включающих знание, понимание и навыки в области права, способного к творческому и самостоятельному осмыслению и практическому применению полученных знаний в своей профессиональной деятельности в области рекламы. Для достижения указанной цели на основе изучения основополагающих международно-правовых актов, положений рекламного законодательства, а также положений иных нормативных актов, регулирующих отношения в сфере рекламы, судебной и административной практики осуществляется формирование у обучающихся глубоко осознанного, опирающегося на научно обоснованные концепции и доктрины представления об основах правового регулирования рекламной деятельности.

Основными **задачами** учебной дисциплины «Правовое регулирование рекламной деятельности» выступают изучение общих положений об источниках правового регулирования рекламной деятельности и практики их применения, понятии рекламы, субъектах рекламной деятельности и особенностях и правового статуса; общих и специальных требованиях к рекламе; формирование представлений о контроле за соблюдением законодательства о рекламе и ответственности за его нарушение.

После освоения базового курса «Риторика для юристов» у обучающегося должна быть сформирована **компетенция**

ПК-12: Способен представлять интересы в судах, в государственных органах и органах местного самоуправления, коммерческих и общественных организациях по вопросам правовой защиты интересов доверителей

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Правовое регулирование рекламной деятельности», индикаторы достижения компетенций ПК-12 перечень оценочных средств

| п/п | Код индикатора достижения компетенции | Наименование индикатора достижения компетенции | Код планируемого результата обучения | Планируемые результаты обучения | Наименование оценочных средств |
|-----|---------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
|-----|---------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|

|   |            |                                                                                                                                                                                                                                           |                |                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                          |
|---|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 1 | ИД-1 ПК-12 | Знать: признаки и принципы правового регулирования отношений, возникающих в связи с осуществлением рекламной деятельности                                                                                                                 | З (ИД-1 ПК-12) | Знает: анализировать и давать правильную правовую оценку конкретных ситуаций, возникающих в процессе осуществления рекламной деятельности                                                                                                                | Комплект имитационных задач. Вопросы для сдачи зачета.   |
| 2 | ИД-2 ПК-12 | Уметь: юридически правильно квалифицировать факты и обстоятельства<br>• толковать и применять законы и другие нормативные правовые акты в сфере рекламной деятельности                                                                    | У (ИД-2 ПК-12) | Умеет: оперировать процессуальными категориями; анализировать, толковать и правильно применять процессуальные нормы; принимать взвешенные, мотивированные правовые решения, а также совершать иные юридические действия в строгом соответствии с законом | Вопросы теста. Темы дискуссии. Вопросы для сдачи зачета. |
| 3 | ИД-3 ПК-12 | Владеть: юридической терминологией, навыками работы с законодательством; навыками разрешения правовых проблем и коллизий; навыками принятия необходимых мер и способов защиты прав, свобод и законных интересов участников правоотношений | В (ИД-3 ПК-12) | Владеет: навыками подготовки юридических документов, в том числе заключений и письменных консультаций по различным правовым вопросам;                                                                                                                    | Вопросы теста. Темы дискуссии. Вопросы для сдачи зачета  |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Учебно-тематический план

#### Очная форма обучения

| Рубеж   | Номер раздела, темы | Наименование раздела, темы                                                                                                                         | Количество часов контактной работы с преподавателем |                  |
|---------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------|
|         |                     |                                                                                                                                                    | Лекции                                              | Практич. занятия |
| Рубеж 1 | 1                   | <b>Тема 1</b> Понятие рекламы                                                                                                                      | 2                                                   | 2                |
|         | 2                   | <b>Тема 2.</b> Правовое регулирование рынка рекламных услуг                                                                                        | 2                                                   | 4                |
|         | 3                   | <b>Тема 3.</b> Общие требования законодательства к рекламе. Ненадлежащая реклама                                                                   | 2                                                   | 2                |
|         |                     | Рубежный контроль № 1                                                                                                                              | 2                                                   | -                |
| Рубеж 2 | 4                   | <b>Тема 4.</b> Отдельные способы распространения рекламы и особенности их правового регулирования                                                  | 2                                                   | 4                |
|         | 5                   | <b>Тема 5.</b> Особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров (деятельности)                                                  | 2                                                   | 2                |
|         | 6                   | <b>Тема 6.</b> Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Недобросовестная конкуренция участников рекламного процесса | 2                                                   | 2                |
|         |                     | Рубежный контроль № 2                                                                                                                              | 2                                                   | -                |
|         |                     | <b>Всего:</b>                                                                                                                                      | <b>16</b>                                           | <b>16</b>        |

#### Заочная форма обучения

| Номер раздела, темы | Наименование раздела, темы                                                                        | Количество часов контактной работы с преподавателем |                  |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------|
|                     |                                                                                                   | Лекции                                              | Практич. занятия |
| 1                   | <b>Тема 1</b> Понятие рекламы                                                                     | 1                                                   | -                |
| 2                   | <b>Тема 2.</b> Правовое регулирование рынка рекламных услуг                                       | 1                                                   | -                |
| 3                   | <b>Тема 3.</b> Общие требования законодательства к рекламе. Ненадлежащая реклама                  | -                                                   | 1                |
| 4                   | <b>Тема 4.</b> Отдельные способы распространения рекламы и особенности их правового регулирования | -                                                   | 1                |
|                     |                                                                                                   | <b>Всего 2</b>                                      | <b>Всего 2</b>   |

#### 4.2. Содержание лекционных занятий

**Тема 1.** Становление законодательства о рекламе в Российской Федерации. Понятие рекламы и рекламной деятельности. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»: значение, структура, основные понятия. Международные стандарты в области правового регулирования рекламы. Международный кодекс рекламной практики Международной торговой палаты (МТП).

**Тема 2.** Понятия «реклама» и «информация». Определения рекламы. Объекты рекламирования. Реклама и информация, находящиеся вне регламентации Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе». Недобросовестная и недостоверная реклама. Общие и специальные требования к рекламе – по способам распространения рекламы и к рекламе отдельных видов товаров. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. №

149- ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Сходства и различия понятий реклама и информация. Рекламная деятельность.

**Тема 3.** Рекламная деятельность и ее субъекты. Объекты рекламирования. Деятельность по распространению рекламной информации. Создание рекламной информации в «объективной» форме. Рекламодатель. Рекламопроизводитель. Рекламораспространитель. Товар и мероприятие. Особенности рекламы отдельных видов товаров. Интегрирование товара или товарного знака в художественное произведение - Product Placement. Правовая природа Product Placement и ее регламентация. Правовые вопросы рекламы в сети Интернет. Баннер. Рассылки и спам. Контекстная реклама.

**Тема 4.** Договорное регулирование рекламной деятельности. Реклама, признаваемая офертой. Особенности договорных отношений между субъектами рекламной деятельности. Договоры, опосредующие деятельность по производству рекламы и (или) опосредующие деятельность по распространению рекламы. Договор на создание рекламной информации в «объективной» форме. Договор на оказание рекламных услуг. Смешанный договор в сфере рекламной деятельности. Договорное регулирование рекламы в сети Интернет.

**Тема 5.** Государственный контроль в сфере рекламы. Полномочия Федеральной антимонопольной службы. Понятия - предупреждение, выявление и пресечение нарушений законодательства о рекламе. Основания и порядок возбуждения и рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства о рекламе. Административная ответственность за нарушения законодательства о рекламе.

### 4.3 Практические занятия

| Шифр раздела, темы дисциплины | Наименование раздела, темы дисциплины                                                             | Наименование и содержание практического занятия                                                                                                                                                                                                                                                                        | Норматив времени, час |                        |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|
|                               |                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | очная форма обучения  | заочная форма обучения |
| P1                            | <b>Тема 1</b> Понятие рекламы                                                                     | Понятие и признаки рекламы. Информация, на которую действие Федерального закона «О рекламе» не распространяется. Основные понятия, используемые в Федеральном законе «О рекламе». Социальная и спонсорская реклама.                                                                                                    | 2                     | -                      |
| P2                            | <b>Тема 2.</b> Правовое регулирование рынка рекламных услуг                                       | Законодательство о рекламе: источники правового регулирования. Федеральный закон «О рекламе». Международный кодекс рекламной практики. Субъекты рекламного процесса: особенности правового положения.                                                                                                                  | 4                     | -                      |
| P3                            | <b>Тема 3.</b> Общие требования законодательства к рекламе. Ненадлежащая реклама                  | Общие требования законодательства к рекламе. Виды объектов, реклама которых запрещена. Понятие и формы ненадлежащей рекламы. Недобросовестная и недостоверная реклама. Использование образа несовершеннолетних в рекламе. Реклама информация и реклама-оферта.                                                         | 2                     | 1                      |
| P4                            | <b>Тема 4.</b> Отдельные способы распространения рекламы и особенности их правового регулирования | Особенности рекламы на телевидении и радио, при кино- и видео-обслуживании. Требования к рекламе в периодических печатных изданиях (в прессе) и печатной рекламе. Требования к рекламе, распространяемой по сетям электросвязи и в сети Интернет. Особенности распространения наружной рекламы. Реклама на транспорте. | 4                     | 1                      |
| P5                            | <b>Тема 5.</b> Особенности правового                                                              | Требования, установленные к рекламе алкогольной продукция, пива и напитков, изготовленных на его основе, табака, табачных                                                                                                                                                                                              | 2                     | -                      |

|    |                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |           |          |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|
|    | регулирования рекламы отдельных видов товаров (деятельности)                                                                                             | изделий и курительных принадлежностей. Особенности рекламы лекарственных средств, изделий медицинского назначения, биологически-активных и пищевых добавок, продуктов детского питания. Требования к рекламе продукции военного назначения и оружия. Требования к рекламе финансовых услуг и ценных бумаг. Особенности рекламы основанных на риске игр и пари. Особенности рекламы услуг по заключению договоров ренты, в том числе договоров пожизненного содержания с иждивением. Требования к рекламе услуг медиаторов. |           |          |
| Р6 | <b>Тема 6.</b><br>Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.<br>Недобросовестная конкуренция участников рекламного процесса | Виды ответственности участников рекламного процесса при производстве и распространении рекламы. Распределение ответственности субъектов рекламного процесса в соответствии с Федеральным законом «О рекламе». Контрреклама: понятие и порядок осуществления. Государственный надзор и саморегулирование в сфере рекламы. Недобросовестная конкуренция участников рекламного процесса.                                                                                                                                      | 2         | -        |
|    |                                                                                                                                                          | <b>Всего</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>16</b> | <b>2</b> |

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине предполагает более глубокую проработку ими отдельных тем курса, определенных программой. Основными видами и формами самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине являются: выполнение практических заданий; самоподготовка по отдельным темам; подготовка к дискуссиям, написание реферата и подготовка к зачету. Важной частью самостоятельной работы является чтение учебной литературы, анализ нормативно-правовых актов и судебной практики, что позволяет ориентироваться в системе тех знаний, умений и навыков, которые формируют заявленные компетенции.

При подготовке обучающихся к практическим занятиям по курсу необходимо ориентироваться в системе предпринимательского законодательства и знать основные положения нормативных правовых актов, рекомендованных к изучению. Предлагается следующий алгоритм подготовки обучающихся к семинарским/практическим занятиям: 1. поиск в литературе теоретической информации на предложенные преподавателем вопросы; 2. осмысление полученной информации, освоение терминов и понятий; 3. подборка нормативных актов, регулирующих заданные вопросы; 4. составление плана ответа на каждый вопрос. При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий, в том числе проблемного и проблемно-деятельностного обучения.

Сущность проблемно-деятельностного обучения заключается в том, что в процессе учебных занятий создаются специальные условия, в которых обучающийся, опираясь на приобретенные знания, мысленно и практически действует в целях поиска и обоснования наиболее оптимальных вариантов ее решения. Создается проблемная ситуация (задача), обучающиеся знакомятся с ситуацией, анализируют ее, выделяют лежащее в ее основе противоречие, создают и обосновывают модель своих возможных действий по разрешению проблемной ситуации, пробуют разрешить возникшую проблему на основе имеющихся у них знаний, выстраивают модель своих действий по ее решению. Данный вид обучения возможен в рамках проведения дискуссий.

Дискуссия состоит из трех этапов: 1) На первой стадии вырабатывается определенная установка на решение поставленной проблемы. При этом перед обучающимся стоит задача уяснить проблему и цель дискуссии. Главное правило дискуссии – выступить должен каждый. Кроме того, необходимо: внимательно выслушивать выступающего, не перебивать, аргументировано подтверждать свою позицию, не повторяться, не допускать личной конфронтации, сохранять

беспристрастность, не оценивать выступающих, не выслушав до конца и не поняв позицию. 2) Вторая стадия – стадия оценки – обычно предполагает ситуацию сопоставления, конфронтации и даже конфликта идей, который в случае неумелого руководства дискуссией может перерасти в конфликт личностей. На этой стадии перед преподавателем ставятся следующие задачи: – начать обмен мнениями; – собрать максимум мнений, идей, предложений. Выступая со своим мнением, обучающийся может сразу внести свои предложения, а может сначала просто выступить, а позже сформулировать свои предложения. – не уходить от темы; – оперативно проводить анализ высказанных идей, мнений, позиций, предложений перед тем, как переходить к следующему витку дискуссии. В конце дискуссии у обучающихся есть право самим оценить свою работу (рефлексия). 3) Третья стадия – стадия консолидации – предполагает выработку определенных единых или компромиссных мнений, позиций, решений. На этом этапе осуществляется контролирующая функция. Обучающиеся анализируют и оценивают проведенную дискуссию, подводят итоги, результаты. Подготовка к дискуссии включает в себя изучение материала, полученного на лекции и дополнительного материала, рекомендованного преподавателем.

Рекомендуемая трудоемкость самостоятельной работы представлена в таблице:

### **Рекомендуемый режим самостоятельной работы**

| Наименование<br>вида самостоятельной работы                                                | Рекомендуемая<br>трудоемкость, акад.<br>час. |                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|------------------------------|
|                                                                                            | Очная<br>форма<br>обучени<br>я               | Заочная<br>форма<br>обучения |
| <b>Самостоятельное изучение тем дисциплины:</b>                                            | <b>10</b>                                    | <b>49</b>                    |
| Тема 1. Защита прав несовершеннолетних в рекламе.                                          | 2                                            | 13                           |
| Тема 2. Понятие и правовое регулирование наружной рекламы.                                 | 3                                            | 12                           |
| Тема 3. Недобросовестная конкуренция в рекламе.                                            | 2                                            | 12                           |
| Тема 4 Особенности ответственности участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. | 3                                            | 12                           |
| <b>Подготовка к практическим занятиям<br/>(по 1 часу на каждое занятие)</b>                | <b>8</b>                                     | <b>1</b>                     |
| <b>Подготовка к рубежным контролям<br/>(по 2 часа на каждый рубеж)</b>                     | <b>4</b>                                     | <b>-</b>                     |
| <b>Подготовка к зачету</b>                                                                 | <b>18</b>                                    | <b>18</b>                    |
| <b>Всего:</b>                                                                              | <b>40</b>                                    | <b>68</b>                    |

Подготовка к зачету. Подготовка должна осуществляться в межсессионный период, что будет способствовать постепенному усвоению материала.

## **6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **6.1. Перечень оценочных средств**

1. Балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности обучающихся в КГУ (для очной формы обучения)
2. Банк тестовых заданий к рубежным контролям № 1, № 2 (для очной формы обучения)
3. Вопросы к зачету

### **6.2. Система балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся по дисциплине Очная форма обучения**

**Текущий контроль** проводится в виде контроля посещения лекций, работы на практических занятиях:

- посещение лекций – до 8 баллов (по 1 баллу за лекцию);

- работы на практических занятиях – до 32 баллов (от 1 до 4 баллов).

**Рубежные контроли** проводятся на 4-й и 8-й лекциях в форме письменного тестирования:

Рубежный контроль № 1 – до 15 баллов;

Рубежный контроль № 2 – до 15 баллов.

**Зачет** – до 30 баллов.

|                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета                                                                                    | 60 и менее баллов – незачет;<br>61...73 – зачет;<br>74... 90 – зачет;<br>91...100 – зачет                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета (экзаменационной оценки) по дисциплине, возможность получения бонусных баллов | Для допуска к промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) за семестр обучающийся должен набрать по итогам текущего и рубежного контролей не менее 51 балла. В случае если обучающийся набрал менее 51 балла, то к аттестационным испытаниям он не допускается. Для получения зачета без проведения процедуры промежуточной аттестации обучающемуся необходимо набрать в ходе текущего и рубежных контролей не менее 61 балла. В этом случае итог балльной оценки, получаемой обучающимся, определяется по количеству баллов, набранных им в ходе текущего и рубежных контролей. При этом, на усмотрение преподавателя, балльная оценка обучающегося может быть повышена за счет получения дополнительных баллов за академическую активность.<br>Обучающийся, имеющий право на получение оценки без проведения процедуры промежуточной аттестации, может повысить ее путем сдачи аттестационного испытания. В случае получения обучающимся на аттестационном испытании 0 баллов итог балльной оценки по дисциплине (модулю) не снижается.<br>За академическую активность в ходе освоения дисциплины (модуля), участие в учебной, научно-исследовательской, спортивной, культур-но-творческой и общественной деятельности обучающемуся могут быть начислены дополнительные баллы. Максимальное количество дополнительных баллов за академическую активность составляет 30. Основанием для получения дополнительных баллов являются: выполнение дополнительных заданий по дисциплине (модулю), дополнительные баллы начисляются преподавателем; участие в течение семестра в учебной, научно-исследовательской, спортивной, культурно-творческой и общественной деятельности КГУ. |
| Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) обучающихся для получения недостающих баллов в конце семестра                         | В случае если к промежуточной аттестации (зачету) набрана сумма менее 51 балла, обучающемуся необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий, до конца последней (зачетной) недели семестра. Ликвидация академических задолженностей, возникших из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путем выполнения дополнительных заданий, форма и объем которых определяется преподавателем.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

### **6.3. Процедура оценивания результатов освоения дисциплины**

Рубежные контроли проводятся в форме письменного тестирования.

Перед проведением каждого рубежного контроля преподаватель прорабатывает со обучающимися основной материал соответствующих разделов дисциплины в форме краткой лекции-дискуссии.

Варианты тестовых заданий для рубежных контролей состоят из 15 вопросов для очной формы обучения. Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.

На каждое тестирование при рубежном контроле обучающемуся отводится время не менее 40 минут.

Преподаватель оценивает в баллах результаты тестирования каждого обучающегося по количеству правильных ответов и заносит в ведомость учета текущей успеваемости.

Результаты текущего контроля успеваемости заносятся преподавателем в экзаменационную ведомость, которая сдается в организационный отдел института в день зачета, а также выставляются в зачетную книжку обучающегося.

Зачет проводится в форме устных ответов на вопросы для подготовки к зачету по дисциплине.

### **6.4. Примеры оценочных средств для рубежных контролей, зачета**

#### ***Вариант 1.***

**1. Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации – это:**

- А) ненадлежащая реклама                      В) недобросовестная реклама  
Б) неэтичная реклама                      Г) недостоверная реклама

**2. Реклама наркотических и психотропных веществ в Российской Федерации**

- А) полностью запрещена                      В) разрешена только в специализированных печатных изданиях  
Б) запрещена в телепрограммах и телепередачах                      Г) полностью разрешена

**Вариант 2**

**1. Субъектами рекламной деятельности в Российской Федерации могут быть:**

- А) граждане России                      В) Российская Федерация  
Б) иностранные граждане                      Г) все перечисленные

**2. Реклама основанных на риске игр, пари в телепрограммах**

- А) допускается круглосуточно                      В) допускается с 23 до 8 часов местного времени;  
Б) допускается с 22 до 7 часов местного времени; Г) не допускается

**Примерные вопросы для подготовки к зачету для обучающихся очной и заочной форм обучения по дисциплине «Правовое регулирование рекламной деятельности»**

1. Понятие и признаки рекламы в соответствии с ФЗ «О рекламе».
2. Виды информации, на которые действие ФЗ «О рекламе» не распространяется.
3. Социальная реклама и спонсорская реклама.
4. Законодательство о рекламе: источники правового регулирования.
5. Субъекты рекламного процесса: особенности правового положения.
6. Международный кодекс рекламной практики.

**6.5. Фонд оценочных средств**

Полный банк заданий для текущего, рубежных контролей и промежуточной аттестации по дисциплине, показатели, критерии, шкалы оценивания компетенций, методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов, приведены в учебно-методическом комплексе дисциплины.

**7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

**7.1. Основная учебная литература**

1. Правовое регулирование рекламной деятельности: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н.Д. Эриашвили [и др.] — М. : ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2017. — 240 с. - ISBN 978-5-238-01546-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/>
2. Дударова, Б. О. Правовое регулирование рекламной деятельности : курс лекций / Б.О. Дударова, С.А. Пузыревский ; отв. ред. С.А. Пузыревский. — М. : Норма : ИНФРА-М, 2018. — 256 с. - ISBN 978-5-91768-522-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/>

**7.2 Дополнительная учебная литература**

1. Богацкая, С. Г. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие. - Москва : Университетская книга. 2020. - 368 с. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98699-032-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/>

**Нормативные правовые акты**

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к 21 Конституции РФ от 30.12.2008 №6-ФКЗ, от 30.12.2008 №7-ФКЗ, от 05.02.2014 №2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // СЗ РФ, 04.08.2014, №31, ст. 4398.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации Ч. 1: Федер. закон от 30.11.1994 N 51-ФЗ // "Российская газета". - 1994. - N 238-239
3. Гражданский кодекс Российской Федерации Ч. 2: Федер. закон от 26.01.1996 N 14-ФЗ // "Российская газета". - 1996. - N 23-25, 27
4. Гражданский кодекс Российской Федерации Ч. 4: Федер. закон от 18.12.2006 N 230-ФЗ // "Российская газета". - 2006. - N 289. – Ст. 1288
5. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях: Федер. закон от 30.12.2001 N 195-ФЗ // Российская газета. – 2001. – № 256
6. О защите прав потребителей: Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 // «Российская газета». – 1996. - №8
7. О рекламе: Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ // «Российская газета». - 2006. - № 12
8. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федер. закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ // «Российская газета». - 2006. - № 165
9. Международный кодекс рекламной практики Международной торговой палаты (МТП).
10. Соглашение о сотрудничестве государств - участников СНГ в сфере регулирования рекламной деятельности (Москва, 19 декабря 2003 г.).

## **9. РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. справочная правовая система «Гарант-Максимум»;
2. справочная правовая система «Консультант Плюс: Версия Проф»;
3. справочная правовая система «Консультант Плюс: Региональное законодательство»;
4. информационный правовой ресурс с ежедневно обновляемой правовой информацией на <http://www.garant.ru/>
5. официальный информационный канал Государственной Думы РФ с ежедневно обновляемым банком проектов федеральных законов на <http://www.akdi.ru/>
6. тематические рассылки сайта <http://subscribe.ru/>
7. официальный сайт Верховного суда РФ <http://www.supcourt.ru/>
8. сайт журнала «Арбитражная практика» <http://www.arbitr-praktika.ru/>

## **8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ**

При изучении курса «Правовое регулирование рекламной деятельности» обучающимся рекомендуется использовать:

1. ЭБС «Лань»
2. ЭБС «Консультант студента»
3. ЭБС «Znaniyum.com»
4. «Гарант» - справочная правовая система

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Материально-техническое обеспечение по реализации дисциплины осуществляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данной образовательной программе.

## **10. ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

При использовании электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (далее ЭО и ДОТ) занятия полностью или частично проводятся в режиме онлайн. Объем дисциплины и распределение нагрузки по видам работ соответствует п. 4.1. Распределение баллов соответствует п. 6.2 либо может быть изменено в соответствии с решением кафедры,

в случае перехода на ЭО и ДОТ в процессе обучения. Решение кафедры об используемых технологиях и системе оценивания достижений обучающихся принимается с учетом мнения ведущего преподавателя и доводится до сведения обучающихся

Аннотация к рабочей программе дисциплины  
**«Правовое регулирование рекламной деятельности»**

образовательной программы высшего образования –  
программы бакалавриата

Направление: 40.03.01 Юриспруденция

Направленности (профиль): гражданское право и гражданский процесс

Трудоемкость дисциплины: 2 ЗЕ (72 академических часа)

Семестр: 6 (очная форма обучения), 8 (заочная форма обучения)

Форма промежуточной аттестации: зачет

Содержание дисциплины

Тема 1. Становление законодательства о рекламе в Российской Федерации.

Тема 2. Понятия «реклама» и «информация».

Тема 3. Рекламная деятельность и ее субъекты. Объекты рекламирования.

Тема 4. Договорное регулирование рекламной деятельности.

Тема 5. Государственный контроль в сфере рекламы.

