



Основная профессиональная образовательная программа
40.03.01 Юриспруденция
(Юриспруденция)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра теории и истории государства и права

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

 О.В. Кузьмина
(подпись)

« 13 » июня 20 18 г.

Рабочая программа дисциплины

Реклама и ее правовое регулирование в Российской Федерации и зарубежных странах

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	40.03.01 Юриспруденция
Направленность (профиль) образовательной программы:	Юриспруденция

Иваново



Основная профессиональная образовательная программа
40.03.01 Юриспруденция
(Юриспруденция)

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Реклама и её правовое регулирование в Российской Федерации и зарубежных странах» являются

- ✓ усвоение понятия рекламы, её признаков и законодательной дефиниции «реклама»;
- ✓ изучение международно-правовой рекламы;
- ✓ анализ рекламного права как формирующейся отрасли рекламного права;
- ✓ уяснение основных видов рекламной информации и специфики их правовой регламентации в РФ и западноевропейских странах;
- ✓ понимание института юридической ответственности за правонарушения в сфере рекламы по действующему российскому и иностранному законодательству.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина является дисциплиной по выбору студентов и относится к вариативной части образовательной программы. Она связана с такими предметами как «Теория государства и права», «Профессиональная этика», которые ей предшествуют; взаимосвязана с учебными курсами, которые изучаются в третьем семестре – «Философия», «Экономика», а также с отраслевыми дисциплинами, которые студенты начинают изучать с третьего семестра и позднее – «Конституционное право», «Административное право», «Гражданское право», «Налоговое право»; «Уголовное право»; «Международное право».

Для освоения данной дисциплины обучающийся должен:

Знать: следующие понятия: информация, этика, этические нормы, менеджмент; юридические понятия, категории, конструкции: норма права (признаки, структура и виды), источники (формы) права (нормативный правовой акт и нормативный договор, особенно международный договор), механизм правового регулирования, толкование норм права (способы и виды), юридический факт (виды и разновидности), правонарушение (признаки, состав, виды), юридическая ответственность (основания, принципы, виды), правоприменительные акты.

Уметь: работать с нормативным материалом (нормативными правовыми актами, международными договорами и др.), толковать нормы права и составлять юридические документы.

Владеть: понятийно-категориальным аппаратом теории государства и права, этики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

в) профессиональные (ПК):

- способен принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законом (ПК-4);
- способность толковать нормативные правовые акты (ПК – 15)

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с формируемыми компетенциями

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- доктринальное и легальное понятие рекламы, рекламной информации, рекламной деятельности, виды рекламной информации и рекламной деятельности (ПК-15);



Основная профессиональная образовательная программа
40.03.01 Юриспруденция
(Юриспруденция)

- правовое регулирование в сфере рекламы, нормы формирующегося в России рекламного права, зарубежное законодательство в этой сфере, документы региональных международных организаций о стандартах рекламной деятельности (ПК-15);

- нарушения в сфере законодательства о рекламе и юридическую ответственность за подобные правонарушения (ПК-15).

Уметь:

- соблюдать и при необходимости применять нормы действующего Федерального закона «О рекламе», подзаконные нормативные правовые акты в этой сфере, общепринятые в мире стандарты рекламной деятельности (ПК-4)

-устанавливать межотраслевые связи норм рекламного права с нормами других отраслей российского права (ПК-15);

анализировать рекламное законодательство, использовать различные способы толкования норм рекламного права, давать квалификацию различных нарушений норм рекламного законодательства, их юридическую оценку (ПК-4).

Владеть:

- понятийным аппаратом рекламы и рекламного права (ПК-15);

- алгоритмом квалификаций правонарушений в сфере рекламы и привлечения правонарушителей к соответствующим видам юридической ответственности (ПК-4).

4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Формы промежуточной аттестации
1.	Вводный. Введение в проблематику дисциплины, представление рабочей программы, осмысление требований к организации процесса обучения, самостоятельной работы и форм аттестации	3	2	2 семинар	Входная диагностика: тест с последующим обсуждением результатов. Список вопросов, интересующих студента по содержанию дисциплины (сдается в письменном виде)
2.	Понятие рекламы в доктрине и действующем российском и западноевропейском законодательстве.	3	4	2 практ. занятие	Устный опрос, опорный конспект
3.	Основные виды рекламной информации и их правовое регулирование в РФ и за рубежом.	3	4	2	Устный опрос, опорный конспект, доклады-презентации и их обсуждение
4.	Классификация и характеристика различных	3	4	4	Устный опрос, опорный конспект,



Основная профессиональная образовательная программа
40.03.01 Юриспруденция
(Юриспруденция)

	видов рекламной деятельности и их правовые аспекты.				доклады, их обсуждение
5.	Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе.		4	4	Устный опрос, опорный конспект, доклады-презентации
6.	Заключительный. Подведение и анализ промежуточных результатов освоения дисциплины	3		2 практ. занятие	
Итого за семестр:			18	16	Зачет
Итого за семестр:			18	16	
Итого по дисциплине:			18	16	

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очно-заочной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения) Формы промежуточной аттестации
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	
1.	Вводный. Введение в проблематику дисциплины, представление рабочей программы, осмысление требований к организации процесса обучения, самостоятельной работы и форм аттестации	3	1	2 семинар	Входная диагностика: тест с последующим обсуждением результатов. Список вопросов, интересующих студента по содержанию дисциплины (сдается в письменном виде)
2.	Понятие рекламы в доктрине и действующем российском и западноевропейском законодательстве.	3	1	2 практ. занятие	Устный опрос, опорный конспект
3.	Основные виды рекламной информации и их правовое регулирование в РФ и за рубежом.	3	2	2	Устный опрос, опорный конспект, доклады-презентации и их обсуждение
4.	Классификация и характеристика различных видов рекламной деятельности и их правовые аспекты.	3	2	4	Устный опрос, опорный конспект, доклады, их обсуждение
5.	Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе.		2	4	Устный опрос, опорный конспект, доклады-презентации
6.	Заключительный. Подведение и анализ промежуточных результатов освоения дисциплины	3		2 практ. занятие	



Основная профессиональная образовательная программа
40.03.01 Юриспруденция
(Юриспруденция)

Итого за семестр:	8	16	Зачет
Итого за семестр:	8	16	
Итого по дисциплине:	8	16	

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по заочной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Формы промежуточной аттестации
1.	Вводный. Введение в проблематику дисциплины, представление рабочей программы, осмысление требований к организации процесса обучения, самостоятельной работы и форм аттестации	3	1		Входная диагностика: тест с последующим обсуждением результатов. Список вопросов, интересующих студента по содержанию дисциплины (сдается в письменном виде)
2.	Понятие рекламы в доктрине и действующем российском и западноевропейском законодательстве.	3	1		Устный опрос, опорный конспект
3.	Основные виды рекламной информации и их правовое регулирование в РФ и за рубежом.	3		1	Устный опрос, опорный конспект, доклады-презентации и их обсуждение
4.	Классификация и характеристика различных видов рекламной деятельности и их правовые аспекты.	3	1	1	Устный опрос, опорный конспект, доклады, их обсуждение
5.	Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе.		1	1	Устный опрос, опорный конспект, доклады-презентации
6.	Заключительный. Подведение и анализ промежуточных результатов освоения дисциплины	3		1 практ. занятие	
Итого за семестр:			4	4	Зачет
Итого за семестр:			4	4	
Итого по дисциплине:			4	4	



4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

Тема 1. Понятие рекламы в доктрине и действующем российском и западном законодательстве

1. Понятие рекламы в узком и широком смысле слова.
2. Основные признаки рекламы в зарубежной и отечественной литературе.
3. Дефиниция понятия в законодательстве ФЗ «О рекламе» 1995 г. и 2006 г.
4. Признаки понятия «реклама», являющиеся значительными для действующего российского законодательства.
5. Понятия «информация», «коммуникация», «представление», их соотношение.
6. Рекламное право как формирующаяся отрасль системы современного российского права

Тема 2. Основные виды рекламной информации и их правовое регулирование в РФ и западноевропейских странах

1. Коммерческая реклама в системе межотраслевого правового регулирования.
2. Политическая реклама и ее юридическая регламентация.
3. Социальная реклама и ее законодательное регулирование.

Тема 3. Классификация и характеристика различных видов рекламной деятельности и их правовые аспекты

1. Виды рекламной деятельности в РФ.
2. Наружная реклама: понятие, признаки, виды, типы (динамичная и статичная), правовое регулирование в России.
3. Правовое регулирование рекламы в печатных СМИ (модуль, рубрика, статья), на радио (дикторское объявление и музыкальная заставка) и телевидении (videоролики, бегущая строка, телемагазины, спонсорство).
4. Реклама в Интернете (баннер, текстовая, видеоролики) и ее правовое регулирование рекламы в сети Интернет.
5. Спонсорская реклама и ее правовая регламентация.
6. Реклама адвокатской деятельности по российскому и зарубежному законодательству.

Тема 4. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе

1. Ненадлежащая реклама как основание возложения юридической ответственности
2. Гражданско-правовая ответственность за деликты в сфере рекламной деятельности.
3. Административная ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
4. Уголовная ответственность за преступления в сфере рекламного законодательства.
5. Другие виды юридической ответственности за правонарушения в сфере рекламы.



5. Образовательные технологии

Для достижения целей дисциплины и формирования предусмотренных программой компетенций используется сочетание репродуктивной, диалогической, творческой, игровой, компьютерной, проектной и иных технологий активного/интерактивного обучения, технологии смешанного обучения. Выбор технологий обуславливается формами аудиторных занятий (лекции, практические занятия) и необходимостью организации и контроля самостоятельной работы студентов.

Основными видами аудиторной работы являются лекции, в т.ч. «лекция-дискуссия», лекция проблемного характера, «мозговой штурм», технология критического мышления.

Особое место в учебном процессе занимают практические занятия, чей удельный вес превышает количество лекций. При проведении практических занятий студентам предлагаются проблемные ситуации, обсуждение и решение которых требует нестандартного мышления и глубокого проникновения в материал. При рассмотрении отдельных тем используются такие образовательные технологии, как групповая дискуссия, выступление с эссе, докладом, рефератом, их презентации, мультимедиа технологии и др.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студентов предполагает работу с соответствующим учебным и нормативным материалом при подготовке к практическим занятиям и зачету. Задачами самостоятельной работы студентов выступают: закрепление, углубление, расширение и систематизация знаний, полученных во время аудиторных занятий; самостоятельное овладение новым учебным материалом; развитие профессиональных умений, а также умений и навыков самостоятельного умственного труда; развитие самостоятельности мышления, интереса к юридической литературе, практической юридической и педагогической деятельности. В ходе самостоятельной подготовки обучаемый приобретает устойчивые навыки работы с электронными ресурсами (СПС КонсультантПлюс, Гарант, Кодекс и др.), с сайтами российских и зарубежных библиотек, международных организаций, органов государственной власти и местного самоуправления, государственных и общественных институтов. Необходимое для самостоятельной работы студентов учебно-методическое и информационное обеспечение указано в Разделе 8 Программы.

Формами организации самостоятельной работы по данной учебной дисциплине выступают: подготовка докладов-презентаций; рецензирование научных источников, подготовка индивидуальных творческих проектов.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

В курсе предусмотрены две формы контроля: текущий и итоговый (промежуточная аттестация).



Основная профессиональная образовательная программа
40.03.01 Юриспруденция
(Юриспруденция)

Текущий контроль направлен на выявление уровня усвоения студентами материала лекций и практических занятий; определение сложных, проблемных для студентов вопросов; осуществление контроля за организацией самостоятельной работы студентов.

Осуществляется путем оценки выступлений по вопросам практических занятий и оценки ими конкретных рекламных проектов с точки зрения действующего российского законодательства; подготовки рефератов, эссе или творческих заданий. Материалы для текущего контроля содержатся в Приложении 1.

Итоговый контроль направлен на оценку сформированных в ходе изучения студентом дисциплины «Реклама и ее правовое регулирование в РФ и зарубежных странах» знаний, умений и навыков в рамках формируемых курсом общекультурных и профессиональных компетенций. Формой итогового контроля является зачет, который проводится по двум контрольным (примерным) вопросам (устно или письменно) или реферат по одному из вопросов рекламного права (тема реферата может быть выбрана из вопросов семинарских занятий или из контрольных вопросов ко всему курсу или по выбору студента, но согласована с преподавателем).

Теоретические вопросы позволяют оценить уровень полученных студентом соответствующих знаний, а практико-ориентированные – уровень приобретенных ими умений и навыков.

Примерный перечень вопросов содержится в Приложении 1 к рабочей программе.

Зачет проводится в устной или письменной форме. Устная форма проведения зачета предусматривает устный ответ на вопросы билета. Письменная форма предусматривает проверку ответов обучающегося на вопросы билета. Оценка «зачтено» может быть поставлена и без сдачи зачета при выполнении обучающимися следующих условий: а) посещении всех практических занятий; б) активном участии в их работе (ответы на вопросы планы практических занятий, дополнения, обсуждение докладов, выступление с докладом) и положительной оценке этой работы преподавателем. Во время сдачи зачета по билетам проверяются знания понятия государства и его признаков, механизма государства, формы государства, высших органов государственной власти, гражданского общества и правового государства, государства в политической системе общества и др. При оценке практического задания учитывается не только правильность решения, но и степень его обоснованности, а также грамотность юридической квалификации и аргументации.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, обнаружившему проблемы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

Зачет можно получить также в случае положительной оценки за проверенный реферат по данной учебной дисциплине.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

Основная литература

1. Богацкая, С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / С.Г. Богацкая. - Москва : Логос, 2007. - 365 с. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98699-032-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84750>
2. Каптюхин, Р.В. Теория и правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / Р.В. Каптюхин, А.А. Романов. - Москва : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005. - 386 с. - ISBN 5-7764-0268-



- 9 ; То же [Электронный ресурс]. -
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90433>
3. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 240 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01546-0 ; То же [Электронный ресурс]. -
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651>

Дополнительная литература

1. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» / Д.С. Бадалов, И.И. Василенкова, Н.Н. Карташов и др. - Москва : Статут, 2012. - 462 с. -
- ISBN 978-5-8354-0808-5 ; То же [Электронный ресурс]. -
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=448881>
2. Хомяков, В.И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы : учебное пособие / В.И. Хомяков, В.А. Егошкина. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 264 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-9044-4 ; То же [Электронный ресурс]. -
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476726>
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 334 с. - Библиогр.: с. 319-322 - ISBN 978-5-394-00783-5 ; То же [Электронный ресурс]. -
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930>
4. Ананьева, Н.В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н.В. Ананьева, Ю.Ю. Суслова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : СФУ, 2017. - 198 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7638-3733-9 ; То же [Электронный ресурс]. -
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496962>
5. Антипов, К.В. Основы рекламы : учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02394-1 ; То же [Электронный ресурс]. -
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031>
6. Кунгурцев, К.И. Правовые аспекты регулирования рекламного рынка в России / К.И. Кунгурцев. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 109 с. - ISBN 978-5-504-00190-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141919>
7. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093>
8. Трушина, Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы : учебник / Л.Е. Трушина. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 246 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01087-3 ; То же [Электронный ресурс]. -
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453360>
9. Учёнова, В.В. История рекламы : учебник / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. : ил. - ISBN 978-5-238-01462-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298>



Основная профессиональная образовательная программа
40.03.01 Юриспруденция
(Юриспруденция)

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет»
<https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

СПС «КонсультантПлюс»

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows 7, пакет офисных программ LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Explorer, программа для просмотра PDF файлов Adobe Acrobat Reader.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;

- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, выполнения курсовых работ с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения.

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС (компьютерный класс, 8 учебный корпус)

Мультимедийное оборудование кафедры для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа. Демонстрация на занятиях портретов ученых – юристов и их трудов.



Основная профессиональная образовательная программа
40.03.01 Юриспруденция
(Юриспруденция)

Автор рабочей программы дисциплины: заведующий кафедрой теории и истории государства и права, доцент, канд. ист. наук Поцелуев Е.Л.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры теории и истории государства и права

« 22 » мар 2017 г., протокол № 5

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № 9 от « 01 » июня 2018 г.

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № 1 от « 02 » сентября 2019 г.

Согласовано:

Руководитель ОП  О.В. Кузьмина

(подпись)

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № _____ от « _____ » _____ 20 ____ г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____

(подпись)

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № _____ от « _____ » _____ 20 ____ г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____

(подпись)