

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**
**ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра рекламы и PR-технологий

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 И. А. Федоричева

29.08 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Уровень основной образовательной программы – бакалавриат

Направление подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Статус дисциплины – базовая

Учебный план 2018 года

Описание учебной дисциплины по формам обучения

Очная								Заочная								
Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час..	Форма контроля	Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час.	Контрольная работа	Форма контроля
2	3	72/ 2,0	34	17	17	38	зачет	2	3	72/ 2,0	12	6	6	60	+	зачет
Всего		72/ 2,0	34	17	17	38	зачет	Всего		72/ 2,0	12	6	6	60	+	зачет

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ООП и ГОС ВО, утвержденного Министерством образования и науки Луганской Народной Республики.

Программу разработала  О.И. Тригубчак, старший преподаватель кафедры менеджмента

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента (ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М.Матусовского»)

Протокол № 1 от 28.08 2019 г.

Зав. кафедрой  Е.А. Лобовикова

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Правовое обеспечение рекламной деятельности» входит в базовую часть профессионального блока дисциплин ООП ГОС ВО (уровень бакалавриата) и адресована студентам 2 курса (3 семестр) направления подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М.Матусовского». Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Содержание дисциплины «Правовое обеспечение рекламной деятельности» призвано способствовать формированию правовой культуры у студентов и принятию юридически правильных управленческих решений в сфере рекламы.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

- устная (устный опрос, доклад по результатам самостоятельной работы и т. п.);
- письменная (выполнение практических заданий, тестирование и т. д.).

Итоговый контроль в форме зачета (3 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 17 часов для очной формы обучения, и 6 часов для заочной формы обучения, практические занятия – 17 часов для очной формы обучения, и 6 часов для заочной формы обучения, самостоятельная работа – 38 часа для очной формы обучения, и 60 часов для заочной формы обучения.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: подготовка выпускников, обладающих знаниями и умениями в сфере правового обеспечения и регулирования нормативно-правовой деятельности в области связей с общественностью и рекламы, способных анализировать с точки зрения права рекламные и ПР тексты, умеющих использовать правовые знания в практической деятельности для защиты прав и свобод человека и гражданина.

Задачи дисциплины:

- освоение знаний об основных принципах, нормах и институтах основных отраслей права, возможностях правовой системы государства, необходимых для эффективного использования и защиты прав и исполнения обязанностей, правомерной реализации гражданской позиции;
- формирование у студентов представлений о рекламной деятельности;
- ознакомление с публично-правовыми способами государственного регулирования рекламной деятельности;
- выработка умения применять нормативные правовые акты на практике в профессиональной деятельности, а также для решения жизненных ситуаций;
- повышение уровня правовой культуры студента и развитие в нем законопослушной личности;
- овладение умениями применять полученные знания для объяснения явлений окружающего мира, восприятия информации общекультурного содержания, получаемой из СМИ, ресурсов Интернета, специальной и научно-популярной литературы;
- применение знаний по праву в профессиональной деятельности и повседневной жизни для обеспечения жизнедеятельности в государстве.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина «Правовое обеспечение рекламной деятельности» относится к вариативной части профессионального блока, и способствует формированию у студентов правовой культуры.

Основывается на базе дисциплины: "История", «Правоведение».

Является основой для изучения дисциплины: «Хозяйственное право».

В программе учтены межпредметные связи с другими учебными дисциплинами.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ГОС ВО направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:

Общекультурные компетенции (ОК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК-4	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК-2	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
ПК-12	способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации

Согласно требованиям образовательно-профессиональной программы, студенты, завершившие изучение дисциплины «Правовое обеспечение рекламной деятельности», должны **знать**:

- базовые положения о праве, его функции, систему органов управления государством, систему отраслей права и систему законодательства;
- условия реализации права граждан на предпринимательскую деятельность;
- понятие и признаки рекламной деятельности;
- средства государственного регулирования рекламной деятельности;
- законодательные требования к рекламе;
- особенности рекламирования некоторых видов товаров.

уметь:

- применять полученные знания при работе с конкретными нормативно-правовыми актами и при наступлении конкретных юридических фактов в сфере рекламной деятельности;
- анализировать различные жизненные ситуации в сфере рекламной деятельности с точки зрения их соответствия нормам действующего законодательства, распознавать случаи нарушения правовых норм и наступления юридической ответственности, использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности в сфере рекламной деятельности;
- оперировать юридическими понятиями и категориями;

владеть навыками для:

- поиска, первичного анализа и использования правовой информации;
- обращения в надлежащие органы государственной власти для государственной регистрации, получения лицензии и т.д.;
- анализа норм закона с точки зрения конкретных условий их реализации;
- выбора соответствующих закону форм поведения и действий в типичных жизненных ситуациях, урегулированных правом;
- определения способов реализации прав и свобод, а также защиты нарушенных прав;

- изложения и аргументации собственных суждений о происходящих событиях и явлениях с точки зрения права;
- решения правовых задач (на примерах конкретных ситуаций);
- создания связного текста (устного и письменного) на необходимую тему;
- участия в диалоге или дискуссии;
- самостоятельного ознакомления с нормативными правовыми актами.

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия разделов и тем	Количество часов							
	очная форма				заочная форма			
	все го	в том числе			всег о	в том числе		
		л	п	с.р.		л	п	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Тема 1. Право – особый вид социальных норм	9	2	2	5	9		1	8
Тема 2. Международно-правовые и национальные источники информационного законодательства.	9	3	2	4	9	1	1	7
Тема 3. Организация деятельности редакции СМИ, организация деятельности PR-отдела, отдела по рекламе	9	2	2	5	9		1	8
Тема 4. Свобода информации в Луганской Народной Республике	9	2	2	5	9	1		8
Тема 5. Защита чести, достоинства и деловой репутации в Луганской Народной Республике	9	2	2	5	9	1	1	7
Тема 6. Государственное регулирование рекламной деятельности	9	2	3	4	9	1	1	7
Тема 7. Интернет, новые СМИ и их правовое регулирование	9	2	2	5	9	1		8
Тема 8. Правовое регулирование неприкосновенности частной жизни в Луганской Народной Республике	9	2	2	5	9	1	1	7
Всего часов	72	17	17	38	72	6	6	60

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. ПРАВО – ОСОБЫЙ ВИД СОЦИАЛЬНЫХ НОРМ

Понятие, признаки и функции права. Источники (формы) права и их виды. Понятие и структура правовой нормы. Система права и система законодательства. Правоотношение: основные характеристики. Правомерное поведение и правонарушение. Понятие и виды юридической ответственности.

Тема 2. МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИОННОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Предмет, структура и задачи курса. Понятие права. Публичное и частное право. Свобода мысли, слова и печати как неотъемлемое право человека. Запрет цензуры. Источники права СМИ: конституция, международные договоры, законы, указы президента и постановления правительства. Конституция ЛНР - как основополагающий юридический акт прямого действия. Соответствие норм Конституции о свободе информации документам ООН и Совета Европы: Всеобщей декларации прав человека (1948 г.), Международного пакта о гражданских и политических правах (1966 г.), Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод (1953 г.). Основные элементы свободы массовой информации: свобода искать, получать, хранить и распространять информацию.

Тема 3. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕДАКЦИИ СМИ, ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ PR-ОТДЕЛА, ОТДЕЛА ПО РЕКЛАМЕ

Закон ЛНР «О рекламе». Основные понятия, используемые в законе. Учреждение и регистрация СМИ. Понятие учредителя. Редакция, журналист, издатель, распространитель, их взаимные права и обязанности. Договор между учредителем и редакцией. Редакционный устав, содержание и процедура принятия. Устав юридического лица. Особенности трудовых отношений в редакционных коллективах. Злоупотребление свободой массовой информации. Запрет использования СМИ для призывов к насильственному изменению конституционного строя и целостности государства, для возбуждения национальной, классовой, социальной или религиозной нетерпимости или розни, для пропаганды войны. Предупреждения регистрирующего органа и порядок прекращения деятельности СМИ.

Тема 4. СВОБОДА ИНФОРМАЦИИ В ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Доступ к информации: фактические возможности граждан и прессы. Специфика прав и обязанностей журналистов перед обществом. Право и обязанность журналистов на сохранение в тайне конфиденциальных источников информации, ответственность за распространение секретной информации. Государственная тайна. Коммерческая тайна, иная конфиденциальная информация. Запрос информации. Порядок отказа или отсрочки в предоставлении информации, их обжалования. Виды ответственности за непредоставление информации. Гласность судопроизводства, исключения из этого принципа. Особенности работы журналистов в законодательных органах власти. Отраслевое и региональное законодательство о праве на информацию. Порядок аккредитации и лишения аккредитации в государственных органах, организациях и учреждениях. Открытость и общедоступность государственных информационных ресурсов. Собственность на информацию. Сведения, не подлежащие засекречиванию. Государственная и иные охраняемые законом тайны. Порядок отнесения сведений к государственной тайне. Понятия служебной и коммерческой тайны. Профессиональная тайна. Ограничения на деятельность журналистов в ходе вооруженных конфликтов и при чрезвычайном положении. Свобода доступа к информации на Западе.

Тема 5. ЗАЩИТА ЧЕСТИ, ДОСТОИНСТВА И ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ В ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Защита от посягательств на честь, достоинство и репутацию. Обязанность журналистов проверять достоверность сообщаемой ими информации. Распространение порочащих человека сведений. Опровержение и ответ. Компенсация морального вреда. Специфика рассмотрения в судах гражданских исков о защите чести и достоинства, предъявляемых к средствам массовой информации. Защита деловой репутации. Трактовка понятий «факт и оценка (комментарий)», «сведения и мнение», «ненормативная лексика» и других. Презумпция невиновности и журналистская практика. Гражданско-правовой порядок защиты чести и достоинства. Клевета, оскорбление. Судебная практика. Диффамация на Западе. Общественный интерес. Дело «Компания 'Нью-Йорк таймс' против Салливана», решения Европейского суда по правам человека. Право на ответ: англосаксонский и «континентальный» подходы. Опасность эффекта «холодного душа» в делах о защите от диффамации. Специфика законодательства об оскорблении символов и руководителей государства на Западе.

Тема 6. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Реклама и свобода массовой информации. Закон «О рекламе». Саморегулирование рекламной деятельности. Ненадлежащая реклама. Запрет сравнительной рекламы. Скрытая реклама. Особенности рекламы в радио- и телепрограммах. Ограничения на рекламу алкогольных и табачных изделий, наркотических препаратов, медикаментов и медицинских услуг. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Права потребителей. Степень ответственности СМИ за содержание распространяемых рекламных сообщений. Контрреклама. Защита интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы. Социальная реклама. Рекламные издания и телеканалы. Спонсорство, соотношение понятий «спонсорство» и «реклама». Судебная практика. Ограничения на распространение рекламных сообщений за рубежом. Допустимость сравнительной рекламы. Положения Европейской конвенции о трансграничном телевидении, регулирующие рекламу, телеторговлю и спонсорство.

Тема 7. ИНТЕРНЕТ, НОВЫЕ СМИ И ИХ ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Проблемы правового регулирования в условиях конвергенции — слияния возможностей вещания, телекоммуникаций и информационно-компьютерной технологии. Вопросы национальной безопасности и шифрование. Нарушение компьютерного права. Правовое регулирование содержания на новых носителях в условиях «трансграничного» характера сетей: порнография, диффамация, экстремистские материалы и т.п. Регулирование использования рекламы и торговых марок. Проблемы авторского права, связанные с размещением информации на веб-страницах и созданием мультимедийных произведений. Юрисдикция национальных судов, юридический статус провайдеров Интернет-услуг. Международное сотрудничество. Конвенция о борьбе с киберпреступлениями (преступлениями в киберпространстве) 2001 года.

Тема 8. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ НЕПРИКОСНОВЕННОСТИ ЧАСТНОЙ ЖИЗНИ В ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Гарантии неприкосновенности частной жизни. Персональные данные. Открытые сведения о доходах и имуществе государственных чиновников. Защита общественных интересов. Различия прав на личную жизнь и на честь и достоинство. Судебная практика. Защита прав граждан от вмешательства СМИ в их личную жизнь на Западе. Четыре основных

вида нарушения права на тайну частной жизни по американскому законодательству. Основные элементы защиты от обвинений в нарушении частной жизни.

7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Основными формами самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Правовое обеспечение рекламной деятельности» является работа над темами для самостоятельного изучения и подготовка к практическим занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях.

Самостоятельная работа включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и изучение отдельных нормативных правовых актов ЛНР, РФ, международных конвенций, договоров;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, доклада по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям;
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к зачету.

7.1. ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Право – особый вид социальных норм.

1. Понятие, признаки и функции права.
2. Источники (формы) права и их виды.
3. Понятие и структура правовой нормы.
4. Система права и система законодательства.
5. Правоотношение: основные характеристики.
6. Правомерное поведение и правонарушение.
7. Понятие и виды юридической ответственности.

Термины: государство, тип государства, форма государства, государственное устройство, политический режим, форма правления, функции государства, государственный орган, правовое государство.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Назовите основные теории происхождения государства, кратко охарактеризуйте их.

Литература: [1 – С. 11-27].

Тема 2. Международно-правовые и национальные источники информационного законодательства

1. Конституция ЛНР - как основополагающий юридический акт прямого действия. Закон ЛНР «О рекламе».
2. Всеобщая декларация прав человека (1948 г.)
3. Международный пакт о гражданских и политических правах (1966 г.),
4. Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод (1953 г.).

Термины: законодательство, система права, система законодательства, норма права, институт права, отрасль права.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Назовите основные национальные источники информационного законодательства, дайте им краткую характеристику.

Литература: [6, 8].

Тема 3. Организация деятельности редакции СМИ, организация деятельности PR-отдела, отдела по рекламе.

1. Учреждение и регистрация СМИ. Договор между учредителем и редакцией. Редакционный устав, содержание и процедура принятия.
2. Редакция, журналист, издатель, распространитель, их взаимные права и обязанности. Договор между учредителем и редакцией.
3. Особенности трудовых отношений в редакционных коллективах.
4. Предупреждения регистрирующего органа и порядок прекращения деятельности СМИ.

Термины: предприятие, структурные подразделения, хозяйственное общество, физическое лицо – частный предприниматель, хозяйственный договор.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Назовите задачи PR-отдела, в чем заключаются обязанности PR-отдела, планирование работы отдела по рекламе.

Литература: [4 – С. 30, С.48].

Тема 4. Свобода информации в Луганской Народной Республике.

1. Доступ к информации: фактические возможности граждан и прессы.
2. Право и обязанность журналистов на сохранение в тайне конфиденциальных источников информации, ответственность за распространение секретной информации.
3. Государственная тайна. Коммерческая тайна, иная конфиденциальная информация. Профессиональная тайна.
4. Ограничения на деятельность журналистов в ходе вооруженных конфликтов и при чрезвычайном положении.
5. Свобода доступа к информации на Западе.

Термины: право на информацию, государственная тайна, коммерческая тайна, конфиденциальная информация, секретная информация.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Проведите сравнительно-правовую характеристику доступа к информации на Западе и в отечественном законодательстве.

Литература: [7].

Тема 5. Защита чести, достоинства и деловой репутации в Луганской Народной Республике.

1. Защита от посягательств на честь, достоинство и репутацию.
2. Обязанность журналистов проверять достоверность сообщаемой ими информации.

3. Распространение порочащих человека сведений. Опровержение и ответ.

4. Компенсация морального вреда. Специфика рассмотрения в судах гражданских исков о защите чести и достоинства, предъявляемых к средствам массовой информации. Защита деловой репутации.

Термины: честь, достоинство, деловая репутация, достоверность информации, порочащие сведения, опровержение, моральный вред.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Составить исковое заявление о защите чести и достоинства.

Литература: [7].

Тема 6. Государственное регулирование рекламной деятельности.

1. Общие положения законодательства о рекламе.
2. Законодательные требования к рекламе.
3. Особенности рекламирования некоторых видов товаров.
4. Недобросовестная реклама.
5. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

Термины: законодательство о рекламе, внутренняя реклама, идентификация рекламы, контрреклама, наружная реклама, недобросовестная реклама, потребитель рекламы, производитель рекламы, публичное опровержение рекламы, распространитель рекламы, реклама на телевидении и радио, реклама на транспорте, рекламные средства, рекламодатель, социальная реклама.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Ответить на вопросы:
 - Можно ли считать рекламой, регулируемой Законом ЛНР «О рекламе», содержащиеся в газете обширные материалы с изложением сравнительных достоинств и недостатков различных товаров?
 - Компания, рекламировавшая жалюзи, наряду с другими их достоинствами указала, что они способны даже защищать от «сглаза». Нарушает ли такая реклама действующее законодательство?

Литература: [8].

Тема 7. Интернет, новые СМИ и их правовое регулирование.

1. Проблемы правового регулирования в условиях конвергенции — слияния возможностей вещания, телекоммуникаций и информационно-компьютерной технологии. Вопросы национальной безопасности и шифрование.

2. Правовое регулирования содержания на новых носителях в условиях «трансграничного» характера сетей: порнография, диффамация, экстремистские материалы и т.п.

3. Регулирование использования рекламы и торговых марок.

4. Проблемы авторского права, связанные с размещением информации на веб-страницах и созданием мультимедийных произведений.

5. Международное сотрудничество. Конвенция о борьбе с киберпреступлениями (преступлениями в киберпространстве) 2001 года.

Термины: конвергенция, шифрование, национальная безопасность, трансграничные сети, авторское право.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Особенности ответственности за нарушение законодательства о рекламе

Литература: [7].

Тема 8. Правовое регулирование неприкосновенности частной жизни в Луганской Народной Республике.

1. Гарантии неприкосновенности частной жизни. Персональные данные. Открытые сведения о доходах и имуществе государственных чиновников.

2. Защита общественных интересов. Различия прав на личную жизнь и на честь и достоинство.

3. Защита прав граждан от вмешательства СМИ в их личную жизнь на Западе. Четыре основных вида нарушения права на тайну частной жизни по американскому законодательству. Основные элементы защиты от обвинений в нарушении частной жизни.

Термины: неприкосновенность частной жизни, персональные данные, декларация о доходах, право на личную жизнь.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Основные виды нарушения права на тайну частной жизни: сравнительная характеристика отечественного и зарубежного законодательства и судебной практики.

Литература: [5, с. 723, 6, 7].

7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольные работы предусмотрены для выполнения всеми студентами **заочной формы** обучения. Контрольная работа является составной частью самостоятельной работы студента заочной формы обучения по освоению программы дисциплины и предусматривает письменное задание, изложенное в методичке для написания контрольной по дисциплине «Правовое обеспечение рекламной деятельности».

Структура индивидуального задания состоит из следующих частей:

1. Теоретическая часть. Содержит один теоретический вопрос, который должен быть раскрыт студентом на основе действующей учебной литературы, с обязательной ссылкой на нормы действующего отечественного законодательства.

2. Практическая часть состоит из аналитического задания и тестов. Ответ на аналитическое задание должен быть аргументирован ссылкой на норму закона (в скобках указать нормативный акт, номер статьи, где студент нашел правильный ответ). Тестовые задания могут иметь один или несколько правильных вариантов ответов. Если в тестовом задании есть несколько правильных вариантов ответов, студент должен указать все правильные варианты.

7.3. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Понятие рекламного права и рекламного законодательства
2. Понятие рекламы, законные признаки рекламы и признаки, не установленные законом
3. Функции рекламы и методы рекламирования
4. Международные договоры РФ в области рекламы.
5. Общие требования к рекламе.
6. Правовое регулирование политической рекламы
7. Правовое регулирование социальной рекламы
8. Правовое регулирование рекламы для несовершеннолетних
9. Понятие правового статуса субъектов рекламной деятельности
10. Организационно-правовые формы субъектов рекламной деятельности
11. Виды рекламных агентств
12. Субъекты рекламных отношений и их права и обязанности
13. Индивидуальный предприниматель на рынке рекламы
14. Понятие и принципы авторского права и смежного права в рекламе
15. Объекты и субъекты авторского права и смежных прав в рекламе
16. Договоры об использовании объектов авторского права и смежных прав в рекламе
17. Ответственность за нарушение авторских и смежных прав в рекламе
18. Виды ненадлежащей рекламы. Контрреклама.
19. Недобросовестная реклама.
20. Недостоверная реклама.
21. Неэтичная реклама.
22. Реклама, вводящая потребителя в заблуждение и скрытая реклама.
23. Требования к рекламе, размещаемой в радио- и телепрограммах.
24. Требования к рекламе в кино- и видеообслуживании
25. Требования к рекламе в периодических печатных изданиях.
26. Требования к наружной рекламе.
27. Особенности рекламы на транспортных средствах.
28. Особенности рекламы на почтовых отправлениях.
29. Требования к рекламе отдельных видов товаров.
30. Требования к рекламе финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг. 31.
- Реклама лекарственных средств и медицинских услуг
32. Реклама, основанная на риске игр, пари
33. Реклама оружия, вооружения и военной техники.
34. Реклама алкогольных напитков, табака и табачных изделий.
35. Система государственного регулирования и контроля рекламной деятельности
36. Антимонопольные органы в регулировании рекламной деятельности
37. Судебные органы в регулировании рекламной деятельности
38. Правовая охрана средств индивидуализации товаров, работ, услуг, участников рекламных отношений
39. Договор и его значение в рекламной деятельности
40. Рекламный подряд
41. Договор рекламных услуг
42. Договор консультационных услуг
43. Рекламное представительство
44. Комплексный договор на проведение рекламной компании
45. Понятие и виды юридической ответственности в сфере рекламы
46. Административная ответственность за правонарушения в сфере рекламы
47. Гражданско-правовая ответственность за правонарушения в сфере рекламы
48. Иные виды ответственности за правонарушения в сфере рекламы
49. Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы судами общей юрисдикции

8. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Изучение дисциплины «Правовое обеспечение рекламной деятельности» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в практических занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

Лекции по дисциплине проводятся в соответствии с рабочей программой, с использованием слайдов. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

Самостоятельная работа студентов охватывает применение компьютерной техники и современных информационных технологий, заключается в нахождении нормативных правовых актов на официальных сайтах государственных органов государств.

Практические занятия способствуют более глубокому усвоению теоретических знаний и эффективному прививанию навыков практического применения норм законодательства

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения информации, в том числе и профессиональной;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин) реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
Отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач
Хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
Удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
Неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.

10. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Правоведение: учебное пособие / Е.В.Куцурубова-Шевченко, И.Э. Кутовая, Л.Н.Чунихина, Е.А.Талькин и др., под общ. ред. Е.В.Куцурубовой-Шевченко. – Донецк: Изд-во ООО «НПП»Фолиант», 2018. – 343 с.
2. 2. Конституционное право (Общая и Особенная часть) : учебник / под ред. С. Н. Санжарова. — Луганск : Изд-во ЛНУ им. В. Даля, 2017. — 504 с.
3. Предпринимательское право : учебник / под общ. ред. В. В. Лаптева, С. С. Занковского. — М. : Волтерс Клувер, 2006. — 560 с.
4. Шишко Г. Б. Юридическая служба предприятия : учеб. пособие / Г. Б. Шишко, К. И. Кеник, А. А. Войтик; под общ. ред. Г. Б. Шишко. — Минск : Книжный дом, 2003. — 320 с.
5. Жилинский С. Э. Предпринимательское право : Учебник / С.Э. Жилинский. — 3-е изд., изм. и доп. — М. : Норма, 2001. — 407 с.
6. Конституция Луганской Народной Республики : с изменениями, внесенными законами ЛНР от 06.09.2018 № 263-П. — Луганск : [б. и.], 2018. — 34 с.
7. Гражданский кодекс Луганской Народной Республики : законопроект от 23.07.2015 № 73-ПЗ/15. — Луганск : [б. и.], 2015. — 970 с.
8. Закон Луганской Народной Республики "О рекламе" : от 07.04.2017 № 155-П. — Луганск : [б. и.], 2017. — 47 с.

Дополнительная литература:

1. Основы правоведения Украины: Учебное пособие /Кивалов С.В., Музыченко П.П., Крестовская Н.Н.,Крыжановский А.Ф. — Х.: «Одиссей», 2005.- 384 с.

Интернет-источники:

1. Официальный сайт Народного Совета Луганской Народной Республики / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/>
2. Большой юридический словарь / [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://petroleks.ru/dictionaries/dict_big_law.php
3. Закон о нормативных правовых актах в Луганской Народной Республике от 30 апреля 2015 года № 24-П [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/937/>.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. Для проведения лекционных и практических занятий используются специализированное оборудование, учебный класс, который оснащён аудиовизуальной техникой для показа лекционного материала и презентаций студенческих работ.

Для самостоятельной работы студенты используют литературу читального зала библиотеки ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского», имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии, а также возможность использования компьютерной техники, оснащенной необходимым программным обеспечением, электронными учебными пособиями и законодательно-правовой и нормативной поисковой системой, имеющей выход в глобальную сеть Интернет.