

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

16 июня 2022 г., протокол УС №6

Рекламное право в условиях цифровой экономики рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Гражданско-правовых дисциплин и трудового права		
Учебный план	b400301-ЮрКонс-22-2.plx 40.03.01 Юриспруденция Направленность (профиль): Юридический консалтинг. Юрист цифровой экономики.		
Квалификация	бакалавр		
Форма обучения	очная		
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	72	Виды контроля	в семестрах:
в том числе:		зачеты	3
аудиторные занятия	32		
самостоятельная работа	40		

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	17	3/6		
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

Старший преподаватель, Итяшева И.А.

Рабочая программа дисциплины

Рекламное право в условиях цифровой экономики

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 40.03.01 Юриспруденция (приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1011)

составлена на основании учебного плана:

40.03.01 Юриспруденция

Направленность (профиль): Юридический консалтинг. Юрист цифровой экономики.

утвержденного учебно-методическим советом вуза от 16.06.2022 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Гражданско-правовых дисциплин и трудового права

Зав. кафедрой к.ю.н., доцент Чарковская Н.И.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью освоения дисциплины является формирование у студентов знаний о стандартах надлежащего поведения субъектов в сфере рекламных правоотношений, закрепленных в качестве запретов и предписаний в законодательстве о рекламе для применения и обеспечения соблюдения законодательства РФ о рекламе в цифровой экономике при осуществлении своей профессиональной деятельности, для принятия участия в проведении экспертно-консультационной деятельности при оказании юридических услуг в сфере рекламы.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	ФТД
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Информационное право и правовые основы информационной безопасности
2.1.2	Теория государства и права
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Административное право
2.2.2	Гражданское право
2.2.3	Производственная практика, правоприменительная
2.2.4	Предпринимательское право
2.2.5	Производственная практика, преддипломная

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

ПК-3.2:	Подготавливает письменные заключения или консультации по правовым вопросам
ПК-3.4:	Подготавливает обзор и анализ законодательства, судебной практики по заданной тематике
ПК-2.2:	Реализует нормы права в профессиональной деятельности в сфере цифровой экономики

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	нормы права, действующие в рекламной сфере;
3.1.2	требования к содержанию письменных заключений или консультаций по правовым вопросам в сфере рекламы;
3.1.3	правила подготовки обзора и анализа законодательства, судебной практики по вопросам рекламы;
3.2	Уметь:
3.2.1	реализовывать нормы права в профессиональной деятельности, связанной с рекламой в сфере цифровой экономики;
3.2.2	осуществлять подготовку письменных заключений или консультаций по правовым вопросам в сфере рекламы;
3.2.3	осуществлять деятельность по подготовке обзора и анализа законодательства, судебной практики по вопросам рекламы;
3.3	Владеть:
3.3.1	навыком реализации норм права в профессиональной деятельности, связанной с рекламой в сфере цифровой экономики;
3.3.2	навыком подготовки письменных заключений или консультаций по правовым вопросам в сфере рекламы;
3.3.3	навыком подготовки обзора и анализа законодательства, судебной практики по вопросам рекламы.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Раздел 1. Рекламное право в условиях цифровой экономики: общие положения					
1.1	Понятие рекламного права и источники правового регулирования отношений в сфере рекламы /Лек/	3	2	ПК-2.2	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.5 Э1 Э2 Э3	
1.2	Понятие рекламного права и источники правового регулирования отношений в сфере рекламы. /Пр/	3	1	ПК-2.2 ПК-3.2	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.5Л3.1 Э1 Э2 Э3	

1.3	Понятие рекламного права и источники правового регулирования отношений в сфере рекламы. /Ср/	3	4	ПК-2.2 ПК-3.2	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.5Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.4	Реклама как объект правоотношений. /Пр/	3	1	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.5Л3.1 Э1 Э2 Э3	
1.5	Реклама как объект правоотношений. /Ср/	3	4	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.5Л3.1 Э1 Э2 Э3	
Раздел 2. Требования к отдельным способам распространения рекламы и к рекламе отдельных товаров и видов деятельности						
2.1	Отдельные способы распространения рекламы /Лек/	3	6	ПК-2.2	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.2	Отдельные способы распространения рекламы /Пр/	3	4	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.3	Отдельные способы распространения рекламы /Ср/	3	7	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.4	Особенности рекламы отдельных товаров и видов деятельности /Лек/	3	6	ПК-2.2	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.5	Особенности рекламы отдельных товаров и видов деятельности /Пр/	3	4	ПК-2.2 ПК-3.2	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.6	Особенности рекламы отдельных товаров и видов деятельности /Ср/	3	7	ПК-2.2 ПК-3.2	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.7	Правовое регулирование отдельных видов рекламы /Лек/	3	0	ПК-2.2	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.8	Правовое регулирование отдельных видов рекламы /Пр/	3	2	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.9	Правовое регулирование отдельных видов рекламы /Ср/	3	9	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.10	Договоры в сфере рекламной деятельности /Пр/	3	2	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.5 Л2.6Л3.1 Э1 Э2 Э3	

2.11	Договоры в сфере рекламной деятельности /Ср/	3	5	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.5 Л2.6Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.12	Государственный контроль в сфере рекламы и юридическая ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе. /Лек/	3	2	ПК-2.2	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4	
2.13	Государственный контроль в сфере рекламы и юридическая ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе. /Пр/	3	2	ПК-2.2 ПК-3.2	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4	
2.14	Государственный контроль в сфере рекламы и юридическая ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе. /Ср/	3	4	ПК-2.2 ПК-3.2	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4	
2.15	/Контр.раб./	3	0			Контрольная работа
2.16	/Зачёт/	3	0	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.5 Э1 Э2 Э3	Зачёт

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлено отдельным документом

5.2. Темы письменных работ

Представлено отдельным документом

5.3. Фонд оценочных средств

Представлено отдельным документом

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Дударова Б. О., Пузыревский С.А.	Правовое регулирование рекламной деятельности: Учебное пособие	Москва: ООО "Юридическое издательство Норма", 2018, электронный ресурс	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Минбалеев А. В.	Правовое регулирование рекламной деятельности: Учебное пособие	Москва: Юриспруденция, 2012, электронный ресурс	1

Л2.2	Дмитриева Л. М., Бернадская Ю. С., Костылева Т. А., Марочкина С. С., Ткаченко Н. В., Дмитриева Л. М.	Социальная реклама: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012, электронный ресурс	1
Л2.3	Бадалов Д. С., Василенкова И. И., Карташов Н. Н., Котов С. Ф., Никитина Т. Е.	Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе»	Москва: Статут, 2012, электронный ресурс	1
Л2.4	Васильев Г. А.	Электронный бизнес и реклама в Интернете	Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2015, электронный ресурс	1

Л2.5	Эриашвили, Н. Д., Романов, А. А., Васильев, Г. А., Апаликов, Н. С., Свиридова, Е. А., Линев, А. Н.	Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «юриспруденция»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017, электронный ресурс	1
Л2.6	Богустов, А. А., Горохова, О. Н., Доротенко, Д. А., Евсеев, Е. Ф., Иванова, Е. П., Кузнецова, Л. В., Кулезин, М. А., Мартьянова, Е. Ю., Мотовилова, Д. А., Нюняев, В. О., Останина, Е. А., Пашенко, И. Ю., Печеный, О. П., Рожкова, М. А., Николя, Руйе, Сафаргалеев, Л. И., Свентицкая, А. В., Семенова, А. А., Сысоева, А. В., Тимошенко, О. В., Темурзиев, Р. Б., Туркина, А. Е., Хохлов, Е. С., Хусаинов, Р. И., Щербакова, Е. В., Рожковой, М. А.	Е-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование): сборник статей	Москва: Статут, 2019, электронный ресурс	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Матвеева, М. А., Молибог, В. Н.	Реклама и PR-Интернет: методическое пособие	Симферополь: Университет экономики и управления, 2018, электронный ресурс	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Сайт Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации // http://www.fas.gov.ru			
Э2	Сайт Рекламного Совета России (РСР) // http://adindustry.ru/			
Э3	Сайт сетевого информационного издания (СИИ) «Рекламный совет» с доменным именем sovetreklama.org – официального информационного публикатора Координационного совета по рекламе при Межгосударственном совете по антимонопольной политике государств – участников СНГ // http://sovetreklama.org			

Э4	Сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) // https://rkn.gov.ru/			
----	---	--	--	--

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционная система Microsoft Windows, пакет прикладных программ Microsoft Office			
---------	--	--	--	--

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	"Гарант" - информационно-правовой портал - http://garant.ru/			
6.3.2.2	"КонсультантПлюс" - надежная правовая поддержка - http://consultant.ru/			

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска, комплект переносного мультимедийного оборудования - компьютер, проектор, проекционный экран, компьютеры с возможностью выхода в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду. Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации.			
-----	---	--	--	--