

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Правовое регулирование отношений в сфере рекламной деятельности

Автор: Сушкова О.В.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 40.04.01
Юриспруденция, Юрист в сфере цифровой экономики

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: заочная, очная

Цель освоения дисциплины:

Способность принимать участие в проведении юридической экспертизы проектов нормативных правовых актов, в том числе в целях выявления в них положений, способствующих созданию условий для проявления коррупции, давать квалифицированные юридические заключения и консультации в сфере рекламной деятельности

План курса:

Тема 1. Нормы о рекламе в системе права. Законодательство о рекламе

Отношения по осуществлению рекламной деятельности как объект регулирования отраслями частного и публичного права. Методы, применяемые при регулировании рекламной деятельности. Место норм о рекламе в российской системе права. Проблема соотношения «системы права» и «системы законодательства». История развития законодательства о рекламе. Система законодательства как законодательство о рекламе. Федеральный закон «О рекламе», иные федеральные законы как источники регулирования рекламной деятельности. Подзаконные нормативные правовые акты и их значение в регулировании рекламной деятельности. Постановления высших судебных инстанций и Конституционного Суда РФ и их значение в регулировании рекламной деятельности

Тема 2. Реклама и рекламная деятельность

Реклама как особый вид информации (объект гражданских прав). Обеспечение свободного выбора потребителям товаров, работ и услуг как одна из основных гарантий развития рыночной экономики. Ограничения права на информацию. Разграничение понятий «реклама» и «рекламная деятельность». Понятие рекламы. Признаки рекламы. Целевое предназначение рекламы. Адресованность рекламы. Содержание рекламы. Виды рекламы. Понятие рекламной деятельности. Субъекты рекламной деятельности. Рекламодатель. Рекламопроизводитель. Рекламораспространитель. Потребитель рекламы.

Тема 3. Государственное регулирование рекламной деятельности. Саморегулирование рекламной деятельности

Понятие, цели и задачи государственного регулирования рекламной деятельности. Органы, осуществляющие государственное регулирование рекламной деятельности. Федеральная антимонопольная служба, ее компетенция в сфере государственного регулирования рекламной деятельности. Способы и формы государственного регулирования рекламной деятельности. Саморегулирование рекламной деятельности. Цели и задачи саморегулирования. Правовой статус саморегулируемых организаций

Тема 4. Требования к содержанию и способам распространения рекламы

Общие запреты на рекламу отдельных товаров и общие требования к содержанию рекламы. Объекты и товары, не допущенные к рекламированию. Достоверность и добросовестность. Общие требования к способам распространения рекламы. Ограничения на использование средств рекламирования. Объем распространения рекламы. Специальные требования к содержанию рекламы отдельных объектов рекламирования и

способам ее распространения. Дополнительные требования, направленные на защиту прав и законных интересов потребителей рекламы. Реклама алкогольной продукции, табачных изделий, лекарственных средств, медицинской техники, биологических, пищевых добавок, оружия, игр, пари и т.д

Тема 5. Договорные обязательства в сфере рекламной деятельности

Договорные обязательства об изготовлении рекламы. Виды, содержание и особенности договоров, заключаемых с целью изготовления рекламы. Договорные обязательства о распространении рекламы. Виды, содержание и особенности договоров, заключаемых с целью распространения рекламы. Правовой режим исключительных прав в договорных обязательствах в сфере рекламной деятельности.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Правовое регулирование отношений в сфере рекламной деятельности используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

| Тема (раздел) | Методы текущего контроля успеваемости |
|--|---------------------------------------|
| Тема 1. Нормы о рекламе в системе права. Законодательство о рекламе | Устный опрос |
| Тема 2. Реклама и рекламная деятельность | Ситуационные задачи |
| Тема 3. Государственное регулирование рекламной деятельности. Саморегулирование рекламной деятельности | Устный опрос |
| Тема 4. Требования к содержанию и способам распространения рекламы | Устный опрос |
| Тема 5. Договорные обязательства в сфере рекламной деятельности | Устный опрос |

Формой промежуточной аттестации выступает: зачет с оценкой

Шкала оценивания.

| Этап освоения компетенции | Показатель оценивания | Критерий оценивания | Средства (методы) оценивания |
|--|---|---|---|
| ПК–2.1.2 Способность квалифицированно применять нормативные правовые акты, реализовывать нормы материального и процессуального права на основе правоприменительной практики в отдельных сферах государственного управления | - демонстрирует системные представления о правоприменительной практике в отдельных сферах государственного управления | - в полном объеме отобраны, проанализированы и систематизированы правовоположения в сфере государственного управления, нуждающиеся в правовой оценке; - отобраны, проанализированы | опрос эссе тестирование реферат контрольная работа презентация коллоквиум диспут |

| | | | |
|---|--|---|---|
| | | <p>и систематизированы материалы судебной практики в сфере государственного управления государства;</p> <ul style="list-style-type: none"> - предложены варианты решения казусов на основании конкретных случаев из правоприменительной практики; - продемонстрированы навыки составления процессуальных правовых документов - сформирована собственная правовая позиция по исследуемому вопросу | |
| <p>ПК–8.1.2 Способность принимать участие в проведении юридической экспертизы проектов нормативных правовых актов, в том числе в целях выявления в них положений, способствующих созданию условий для проявления коррупции, давать квалифицированные юридические заключения и консультации в сфере рекламной деятельности</p> | <ul style="list-style-type: none"> - владение приемами и методами юридической экспертизы проектов нормативных правовых актов в сфере рекламной деятельности - использует результаты официального толкования нормативных правовых актов в сфере рекламной деятельности; - владение технологиями судопроизводства для устранения выявленных юридической экспертизой нарушений нормативных правовых актов в сфере рекламной деятельности; - навыки оформления и составления необходимых документов в связи с проведением экспертизы в консультации в сфере рекламной деятельности | <ul style="list-style-type: none"> - в полном объеме отобраны, проанализированы и систематизированы правовоположения, нуждающиеся в исследовании, в целях выявления в них положений, способствующих созданию условий для проявления коррупции; - использованы правовые позиции высших судебных инстанций Российской Федерации и международных судебных инстанций при проведении экспертизы проектов нормативных правовых актов, в том числе на их коррупциогенность в сфере рекламной деятельности - в полном объеме определены судебные процедуры (или иные | <p>опрос тестирование реферат презентация ситуационные задачи ВКР</p> |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | правоприменительные процедуры) для устранения выявленных юридической экспертизой нарушений, в том числе положений, способствующих созданию условий для проявления коррупции; - оформлены и составлены необходимые документы | |
|--|--|--|--|

Информационные технологии, программное обеспечение, материально-техническая база, оценочные средства, необходимые для освоения дисциплины адаптированы для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Основная литература:

Булатецкий, Ю. Е. Коммерческое право : учебник для академического бакалавриата / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов ; под ред. С. Н. Бабурина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 448 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8000-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/book/kommercheskoe-pravo-431831> (дата обращения: 11.05.2019).

Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шарков Ф.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 334 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60411.html>.— ЭБС «IPRbooks»

Экономическое право Российской Федерации. Инновационный проект (раздел V. Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности и экономическое право российской федерации; раздел VI. Особенности правового регулирования сельского хозяйства, жилищно-коммунальной сферы, туристской деятельности и деятельности в сфере рекламы) [Электронный ресурс]: монография/ Н.М. Артемов [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Русайнс, 2018.— 271 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78871.html>.— ЭБС «IPRbooks»