

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Особенности правового регулирования рекламы

Автор: к.ю.н. Балашов А.Е.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 40.04.01
Юриспруденция, Магистр инновационного и предпринимательского права в бизнес-проектах России

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, заочная

Цель освоения дисциплины:

Формирование компетенции в области совершенствования правосознания и уважительного отношения к праву и закону.

План курса:

Тема № 1. Государственное регулирование рекламной деятельности.

Задачи и основные принципы государственного регулирования рекламной деятельности. Механизм государственного регулирования рекламной деятельности: понятие, состав, методы регулирования - правовые, экономические, административные.

Тема № 2. Правовое регулирование отдельных видов рекламы.

Особенности отдельных видов рекламы: в радио и телепрограммах, рекламы в периодических печатных изданиях, наружной рекламы, рекламы на транспортных средствах, рекламы отдельных видов товаров, рекламы финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг, социальной рекламы и их правовое регулирование. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы.

Тема № 3. Участники рекламной деятельности и их правовое положение.

Понятие и виды субъектов рекламной деятельности, их классификация. Законодательство, регулирующее правовое положение субъектов рекламной деятельности. Организационно – правовые формы юридических лиц в рекламной деятельности, их правовой статус, правовая защита их интересов.

Тема № 4. Договоры в рекламной деятельности.

Понятие и виды договоров, применяемых в рекламной деятельности. Свобода договора. Порядок заключения, изменения и расторжения договоров. Страхование регулирования рекламной деятельности. Стороны договоров: рекламодатели, рекламопроизводители и рекламораспространители, их права и обязанности, ответственность за неисполнение и ненадлежащее исполнение обязательств.

Тема № 5. Государственный контроль и саморегулирование в рекламной деятельности.

Антимонопольный орган и его полномочия по государственному контролю в области рекламной деятельности. Полномочия государственных органов по контролю за рекламой.

Тема № 6. Ответственность за правонарушения в рекламной деятельности.

Основные виды ответственности за правонарушения в рекламной деятельности. Гражданско-правовая ответственность за нарушения обязательств по договорам,

регулирующим рекламную деятельность. Основания ответственности за административные правонарушения в сфере рекламы. Административные санкции и порядок их наложения.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины **Б1.В.ДВ.02.02 Особенности правового регулирования рекламы** используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Тема № 1. Государственное регулирование рекламной деятельности.	Устный опрос
Тема № 2. Правое регулирование отдельных видов рекламы.	Устный опрос, тесты
Тема № 3. Участники рекламной деятельности и их правовое положение.	Устный опрос
Тема № 4. Договоры в рекламной деятельности.	Устный опрос
Тема № 5. Государственный контроль и саморегулирование в рекламной деятельности.	Устный опрос
Тема № 6. Ответственность за правонарушения в рекламной деятельности.	Устный опрос

Формой промежуточной аттестации выступает: зачет

Шкала оценивания.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Средства (методы) оценивания
ПК-5.1.2.: способность применять знания о законодательстве, предупреждающем правонарушения в инвестиционной деятельности с участием иностранных граждан, в рекламной деятельности	- раскрыта система законодательства, предупреждающее правонарушения в инвестиционной деятельности с участием иностранных граждан, в рекламной деятельности	- четко представляет систему законодательства, предупреждающего правонарушения в инвестиционной деятельности с участием иностранных граждан, в рекламной деятельности -	Устный опрос
ПК-10.1.1.: способность применять знания об управленческих инновациях в коммерческой сфере	- раскрыта система правовых средств и методов внедрения инноваций в коммерческой сфере	- демонстрирует знания о правовых средств и методов внедрения инноваций в коммерческой сфере	Устный опрос

--	--	--	--

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

Минбалеев А.В. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минбалеев А.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Юриспруденция, 2012.— 223 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8056.html> .— ЭБС «IPRbooks».

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>

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»