



Нестеренко
Ирина
Юрьевна

Подписано цифровой
подписью: Нестеренко
Ирина Юрьевна
Дата: 2025.09.04
13:32:19 +05'00'

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО» по УВР

О.В. Зубкова

«20» февраля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
СПЕЦИАЛЬНОСТЬ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ

42.02.01 Реклама
(код профессии, специальности СПО)

Специалист по рекламе
(наименование квалификации)

Кафедра: Гуманитарных, естественнонаучных и математических дисциплин

Разработчики программы:

Д.и.н., профессор кафедры ГЕМД А.В. Власова

Программа обсуждена на заседании кафедры ГЕМД
протокол № 5 от «24» января 2024 г.

Заведующий кафедрой ГЕМД

Е.П. Маскайкин

«24» января 2024 г.

Оглавление

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА, КУРСА, ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА	3
4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ:	3
5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
5.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы	4
5.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Правовое обеспечение рекламной деятельности» (очная/заочная форма обучения).....	5
6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
6.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.....	9
6.2 Информационное обеспечение обучения.....	9
7. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	10
9. ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	13
10. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ.....	24

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА, КУРСА, ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рабочая программа учебной дисциплины «Правовое обеспечение рекламной деятельности» является относится к общепрофессиональным дисциплинам программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама квалификация Специалист по рекламе.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения учебной дисциплины: сформировать компетенции обучающегося в области правового обеспечения рекламной деятельности.

Задачи изучения учебной дисциплины:

- дать основные понятия и ключевые вопросы в области правового обеспечения рекламной деятельности;
- изучить правовые аспекты рекламной деятельности;
- развить у обучающихся умение самостоятельно приобретать знания для осуществления профессиональной коммуникации, способности к самообразованию.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Дисциплина «Правовое обеспечение рекламной деятельности» относится к общепрофессиональным дисциплинам программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО 42.02.01 Реклама квалификация Специалист по рекламе.

Дисциплина основывается на знаниях, полученных при освоении дисциплины ОУД.13 «Обществознание».

Знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении данной дисциплины, будут использованы при изучении дисциплин профессиональных модулей.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ:

В результате освоения образовательной программы у выпускника должны быть сформированы общие и профессиональные компетенции.

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать следующими общими компетенциями (далее - ОК):

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

Таким образом, в результате освоения дисциплины обучающийся должен:
иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана.

уметь:

- У1 - проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей ;
 У2 - анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
 У3 - проводить сегментирование рынка;
 У4 - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта

знать:

- З1 - задачи, цели и общие требования к рекламе;
 З2 - основные направления рекламной деятельности;
 З3 - виды рекламной деятельности;
 З4 - структуру рекламного рынка.

5.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения на базе основного общего образования (1 г.10м./2 г.10м.)

Вид учебной работы	<i>Объем часов всего</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	80
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	54
В том числе:	
теоретическое обучение	18
практические занятия	36
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	26
В том числе:	
работа по темам	13
подготовка докладов по темам	13
Итоговые аттестации	3/5 семестр зачет

**5.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Правовое обеспечение рекламной деятельности»
(очная форма обучения)**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1. Правовое регулирование производственных отношений ОК 3, 6	Содержание учебного материала	4	2
	Занятия лекционного типа Роль и место юридических лиц в коммерческой деятельности. Уставный капитал. Предприниматели без образования юридических лиц. Источники права, регулирующие предпринимательскую деятельность в РФ.	2	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Тема 2. Субъекты предпринимательской деятельности ОК 3, 6	Содержание учебного материала	9	2
	Занятия лекционного типа Понятие и структура предпринимательских отношений. Субъекты предпринимательской деятельности и их признаки. Понятие собственности. Собственность в юридическом смысле. Формы собственности в РФ.	1	
	Практические занятия Предпринимательские отношения в правовом регулировании.	6	
Тема 3. Юридические лица как субъекты предпринимательской деятельности ОК 3, 6	Содержание учебного материала	11	2
	Занятия лекционного типа Понятие юридического лица. Способы их создания и учредительные документы. Лицензирование юридических лиц. Реорганизация юридических лиц. Ликвидация юридических лиц. Банкротство юридических лиц.	1	

	Практические занятия Субъекты предпринимательской деятельности.	8	2
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Тема 4. Организационно-правовые формы юридических лиц ОК 3, 6	Содержание учебного материала	6	
	Занятия лекционного типа Разновидности организационно-правовых форм. Объединения юридических лиц. Регистрация юридических лиц. Основные положения устава. Отличия открытой формы АО от закрытой.	2	2
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	4	
Тема 5. Гражданско-правовой договор. ОК 3, 6	Содержание учебного материала	6	
	Занятия лекционного типа Понятие и содержание договора. Формы договора. Виды договоров. Общий порядок заключения договоров. Исполнение и расторжение договоров.	2	2
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	4	
Тема 6. Экономические споры. ОК 3, 6	Содержание учебного материала	6	
	Занятия лекционного типа Понятие экономических споров и их виды. Рассмотрение споров в арбитражном суде. Исковая давность. Производство по пересмотру решений. Рассмотрение споров третейским судом. Досудебный порядок урегулирования споров.	2	2
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	4	
Тема 7. Трудовое право как отрасль права. ОК 3, 6	Содержание учебного материала	10	
	Занятия лекционного типа Понятие, предмет, источники трудового права. Трудовое правоотношение. Трудовая дееспособность.	2	2

	Практические занятия Трудовые правоотношения	6	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Тема 8. Трудовой договор. ОК 3, 6	Содержание учебного материала	4	2
	Занятия лекционного типа Трудовой договор (контракт). Заключение трудового договора. Права и обязанности работника и работодателя. Прекращение трудового договора.	2	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Тема 9. Административное право. ОК 3, 6	Содержание учебного материала	12	2
	Занятия лекционного типа Понятие административного права, его предмет и субъекты. Административная ответственность. Назначение административного наказания. Административное правонарушение. Виды административных наказаний.	2	
	Практические занятия Административное наказание	8	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Тема 10. Правовое регулирование рекламной деятельности ОК 3, 6	Содержание учебного материала	12	2
	Занятия лекционного типа Государственные нормативные акты, регламентирующие Рекламу и PR-деятельность в Российской Федерации. Профессиональные стандарты в области рекламы и PR. Кодексы профессионального поведения в области рекламы и PR в России и за рубежом	2	
	Практические занятия Изучение специфики профессиональных стандартов в области рекламы и связей с общественностью, в том числе: 06.009.Профессиональный стандарт «Специалист по	8	

	продвижению и распространению продукции средств массовой информации», 06.013. Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», 06.043. Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу».		
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
ВСЕГО		80	
Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения: 1. – ознакомительный или минимальный уровень (узнавание ранее изученных объектов, свойств); 2. – репродуктивный или базовый уровень (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством) 3. – продуктивный или высокий уровень (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)			

Занятия, проводимые в интерактивных формах

№ п/п	Тема занятия	Форма
1	06.009.Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», 06.013.	Анализ ситуаций профессиональной деятельности; поиск вариантов решения проблемных ситуаций

6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия
Стандартно оборудованный кабинет проектирования рекламного продукта
Видеопроектор с экраном,
Компьютер, телевизор.

6.2 Информационное обеспечение обучения Основная литература

1. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 538 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499> (дата обращения: 27.04.2023). – ISBN 978-5-394-04791-6. – Текст: электронный.
2. Антипов, К. В. Основы рекламы: учебник / К. В. Антипов. – 5-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2021. – 326 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684193> (дата обращения: 27.04.2023). – ISBN 978-5-394-04207-2. – Текст: электронный
3. Арзуманян, А. Б. Правовое регулирование рекламы в России и за рубежом: учебное пособие: [16+] / А. Б. Арзуманян; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2021. – 118 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691269> (дата обращения: 27.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3963-5. – Текст: электронный.
4. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. – Москва: Юнити-Дана: Закон и право, 2017. – 241 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685024> (дата обращения: 27.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01546-0. – Текст: электронный.

Дополнительная литература

5. Арзуманян, А. Б. Правовое регулирование рекламы в России и за рубежом: учебное пособие: [16+] / А. Б. Арзуманян; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2021. – 118 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691269> (дата обращения: 27.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3963-5. – Текст: электронный.
6. Литвиненко, О. В. Правовое обеспечение связей с общественностью: учебное пособие: [16+] / О. В. Литвиненко. – Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2021. – 112 с.: табл. – Режим доступа: по

подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694771> (дата обращения: 27.04.2023). – Библиогр. в кн. – Текст: электронный.

7. Справочно-правовая система «Гарант»

8. Федеральный закон « О рекламе» от 13.03.2006 №38- ФЗ

9. СПС «Консультант Плюс»

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИН

№ п.п.	Интернет ресурс (адрес)/система	Описание ресурса/системы
1.	http://www.integrum.ru	система поиска и создания автоматизированного мониторинга по базе, включающей в себя более 40000 источников: печатных изданий, интернет СМИ, телеканалов и радиотрансляций
2.	http://www.regnum.ru	сайт информационного агентства Regnum, новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире
3.	http://www.medialogia.ru	информационно-аналитическая система, информация о СМИ, PR, их рейтинги
4.	https://www.public.ru	спектр услуг по работе с материалами масс-медиа: онлайн-доступ к коллекции СМИ Public.Ru, мониторинг прессы и проведение аналитических исследований на базе открытых источников. Поиск и профессиональный анализ информации СМИ
5.	https://www.raso.ru	сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью
6.	http://www.elibrary.ru	Научная электронная библиотека
7.	https://cyberleninka.ru/	Научная электронная библиотека «Киберленинка»
8.	http://consultant.ru/	справочно-информационная система Консультант Плюс
9.	http://garant.ru/	справочно-информационная система «Гарант».

7. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа учебной дисциплины **«Правовое обеспечение рекламной деятельности»** обеспечена оценочными материалами для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценочные материалы включают в себя вопросы к дифференцированному зачету, тестовые задания и практические задания по темам.

Промежуточная аттестация студентов очной формы обучения проводится по окончанию курса дисциплины в форме дифференцированного зачета.

Текущий контроль результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий в форме тестирования, устного опроса, подготовки докладов, а также выполнения ситуационных задач.

Перечень вопросов к зачету

1. Методы хозяйственного права

2. Источники хозяйственного права
3. Основные признаки юридического лица
4. Особенности ООО и товарищества
5. Особенности АО и унитарных предприятий
6. Создание юр. лица
7. Реорганизация юр. лица
8. Ликвидация юр. лица
9. Банкротство юр. лица
10. Хозяйственные договоры
11. Гражданская дееспособность
12. Гражданская правоспособность
13. Административное право и его нормы
14. Административная ответственность
15. Какая реклама является недобросовестной
16. Основные понятия федерального закона «О РЕКЛАМЕ»
17. На какие положения не распространяется федеральный закон «О рекламе»
18. Общие требования к рекламе
19. Что не допускается в рекламе
20. Защита несовершеннолетних в рекламе
21. Товары, реклама которых не допускается
22. Социальная реклама
23. Права саморегулируемой организации в сфере рекламы
24. Ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе
25. Защита прав потребителей в рекламной деятельности.
26. Правовое регулирование использования образов людей, животных в рекламе.
27. Особенности использования в рекламе объектов авторского права и интеллектуальной собственности.
28. Российский этический кодекс рекламной деятельности.
29. Международные этические кодексы рекламной деятельности.
30. Примеры рекламы, в которой нарушены права несовершеннолетних.
31. Недобросовестная реклама и ее примеры.
32. Недостоверная реклама и ее примеры.
33. Заведомо ложная реклама и ее примеры.
34. Критерии отличия рекламной информации от другой публичной информации.
35. Договоры, заключаемые между субъектами рекламной деятельности при производстве и распространении рекламы.
36. Гражданская и уголовная ответственность за несоблюдение законодательства РФ о рекламе.
37. Права и обязанности рекламодателей.
38. Права и обязанности рекламопроизводителей.
39. Права и обязанности рекламораспространителей.
40. Права потребителя рекламы.
41. Ограничения, связанные с отдельными способами рекламы.
42. Понятие интеллектуальной собственности.
43. Виды и основные объекты права интеллектуальной собственности.
44. Понятие авторского и смежных прав.
45. Авторский договор.
46. Служебные произведения.
47. Международные конвенции об авторском праве.
48. Нормативно-правовая база, регулирующая сообщения, распространяющиеся по сети интернет.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по выполнению лекционных занятий

Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на практическом занятии.

Методические указания по выполнению практических занятий

Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Решение расчетных заданий, решение задач по алгоритму и др.

Методические указания по выполнению заданий для самостоятельной работы

Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление докладов по прочитанным литературным источникам и др

Методические указания по выполнению докладов

Доклад: Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы.

Доклад по теме - это изучение научной, учебной, нормативной и другой литературы. Отбор необходимого материала; формирование выводов и разработка конкретных рекомендаций по решению поставленной цели и задачи; проведение практических исследований по данной проблеме или вопросу.

Методические указания по подготовке к зачету.

Наиболее ответственным этапом в обучении студентов является экзаменационная сессия. На ней студенты отчитываются о выполнении учебной программы, об уровне и объеме полученных знаний. Это государственная отчетность студентов за период обучения, за изучение учебной дисциплины.

Залогом успешной сдачи зачета являются систематические, добросовестные занятия студента. Однако это не исключает необходимости специальной работы перед сессией и в период сдачи дифференцированного зачета. Специфической задачей студента в период экзаменационной сессии являются повторение, обобщение и систематизация всего материала.

В процессе повторения анализируются и систематизируются все знания, накопленные при изучении программного материала: данные учебника, записи лекций, конспекты прочитанных книг, заметки, сделанные во время консультаций или семинаров, и др.

Консультации, которые проводятся для обучающихся в период экзаменационной сессии, необходимо использовать для углубления знаний, для восполнения пробелов и для разрешения всех возникших трудностей.

При подготовке к зачету необходимо еще раз проверить себя на предмет усвоения основных категорий и ключевых понятий курса.

9.ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

Знать: содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты.

Уметь: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования.

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между нормативно-правовыми актами и сферами их регулирования в рекламной деятельности. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Нормативно-правовые акты		Сферы регулирования	
		А	Федеральный закон «О рекламе»	1	Регулирование защиты персональных данных при проведении маркетинговых исследований и сборе информации о потребителях
		Б	Гражданский кодекс РФ	2	Определение основных понятий рекламы, требований к рекламе и ответственности за нарушения
		В	Закон «О защите конкуренции»	3	Установление правил защиты от недобросовестной

		<table><tr><td></td><td></td><td></td><td>конкуренции в рекламе</td></tr><tr><td>Г</td><td>Закон «О персональных данных»</td><td>4</td><td>Регулирование авторских прав на рекламные материалы и ответственность за их нарушение</td></tr></table> Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				конкуренции в рекламе	Г	Закон «О персональных данных»	4	Регулирование авторских прав на рекламные материалы и ответственность за их нарушение	А	Б	В	Г																
			конкуренции в рекламе																											
Г	Закон «О персональных данных»	4	Регулирование авторских прав на рекламные материалы и ответственность за их нарушение																											
А	Б	В	Г																											
Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между изменениями в законодательстве и их влиянием на рекламную деятельность. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца <table><tr><th colspan="2">Изменения в законодательстве</th><th colspan="2">Влияние на рекламную деятельность</th></tr><tr><td>А</td><td>Внесение поправок в закон «О рекламе» о регулировании интернет-рекламы</td><td>1</td><td>Необходимость пересмотра ценообразования и планирования рекламных бюджетов</td></tr><tr><td>Б</td><td>Обновление требований к маркировке рекламы в социальных сетях</td><td>2</td><td>Обязательность регистрации и учёта всей интернет-рекламы</td></tr><tr><td>В</td><td>Изменение налогового законодательства в части рекламных услуг</td><td>3</td><td>Усиление ответственности за недостоверную рекламу и введение новых форм контроля</td></tr><tr><td>Г</td><td>Введение новых правил защиты прав потребителей в рекламе</td><td>4</td><td>Новые требования к размещению рекламных материалов в digital-среде</td></tr></table> Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	Изменения в законодательстве		Влияние на рекламную деятельность		А	Внесение поправок в закон «О рекламе» о регулировании интернет-рекламы	1	Необходимость пересмотра ценообразования и планирования рекламных бюджетов	Б	Обновление требований к маркировке рекламы в социальных сетях	2	Обязательность регистрации и учёта всей интернет-рекламы	В	Изменение налогового законодательства в части рекламных услуг	3	Усиление ответственности за недостоверную рекламу и введение новых форм контроля	Г	Введение новых правил защиты прав потребителей в рекламе	4	Новые требования к размещению рекламных материалов в digital-среде	А	Б	В	Г				
Изменения в законодательстве		Влияние на рекламную деятельность																												
А	Внесение поправок в закон «О рекламе» о регулировании интернет-рекламы	1	Необходимость пересмотра ценообразования и планирования рекламных бюджетов																											
Б	Обновление требований к маркировке рекламы в социальных сетях	2	Обязательность регистрации и учёта всей интернет-рекламы																											
В	Изменение налогового законодательства в части рекламных услуг	3	Усиление ответственности за недостоверную рекламу и введение новых форм контроля																											
Г	Введение новых правил защиты прав потребителей в рекламе	4	Новые требования к размещению рекламных материалов в digital-среде																											
А	Б	В	Г																											
Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность действий при разработке рекламной кампании с учётом требований законодательства. Этапы: 1. Проведение правовой экспертизы рекламной концепции;																												

		2. Разработка креативной концепции рекламной кампании; 3. Получение необходимых разрешений и согласований; 4. Составление технического задания с учётом законодательных требований. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность действий при проверке актуальности нормативно-правовой базы для запуска рекламной кампании. Этапы: 1. Сверка действующих редакций нормативных актов; 2. Анализ изменений в законодательстве за последний квартал; 3. Проверка наличия новых подзаконных актов и разъяснений; 4. Формирование итогового пакета актуальных документов. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Рекламное агентство планирует размещение рекламы лекарственного препарата. Какой из перечисленных способов размещения рекламы является законным согласно действующему законодательству? Варианты ответов: 1. Реклама препарата в формате развлекательного контента без указания противопоказаний; 2. Размещение рекламы рецептурного препарата в средствах массовой информации; 3. Реклама препарата с обязательным указанием всех противопоказаний и предупреждений в полном объёме; 4. Реклама препарата с использованием образов медицинских работников без соответствующих разрешений.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие	Компания планирует запуск рекламной кампании нового продукта. При проверке актуальности нормативно-правовой базы обнаружено противоречие между двумя документами. Какой документ имеет приоритетное значение согласно принципам российского законодательства?

обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)	выбор ответа	Варианты ответов: 1. Локальный нормативный акт компании, утверждённый недавно; 2. Постановление Правительства РФ, принятое месяц назад; 3. Федеральный закон в новой редакции, вступивший в силу неделю назад; 4. Приказ министерства, изданный два дня назад
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какое из определений наиболее точно отражает понятие «недобросовестная реклама» согласно Федеральному закону «О рекламе»? Варианты ответов: 1. Реклама, которая содержит некорректные сравнения с товарами других производителей; 2. Реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о товаре; 3. Реклама, которая может ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемого товара; 4. Реклама, которая содержит все перечисленные признаки и нарушает законодательство о рекламе.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	В компании возникла ситуация, когда новый приказ ФАС противоречит ранее действовавшим методическим рекомендациям по рекламе. Какой документ следует использовать в работе согласно принципам действия нормативно-правовых актов? Варианты ответов: 1. Методические рекомендации, так как они более детально описывают порядок действий; 2. Новый приказ ФАС, поскольку он является нормативным актом; 3. Оба документа, совмещая их положения по усмотрению компании; 4. Ни один из документов, пока не будет устранено противоречие.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Компания планирует запуск рекламной кампании. Какие из перечисленных действий необходимо выполнить для соблюдения требований законодательства? (может быть несколько). Варианты ответов: 1. Провести проверку рекламной продукции на соответствие ФЗ «О рекламе»; 2. Получить необходимые разрешения и согласования от контролирующих органов;

типовых задач, сопоставления, последовательности) (Знать)		3. Зарегистрировать рекламную продукцию в государственном реестре; 4. Составить досье на рекламную кампанию с указанием всех используемых материалов.
<i>Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)</i>	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	При планировании рекламной кампании необходимо проверить актуальность используемых нормативных документов. Какие из перечисленных действий являются обязательными для определения актуальности нормативно-правовой базы? Выберите все правильные варианты. Варианты ответов: 1. Проверка даты последней редакции каждого используемого нормативного акта; 2. Анализ официальных источников на предмет внесения изменений в законодательство; 3. Консультация с коллегами из других рекламных агентств; 4. Изучение судебной практики по спорным вопросам применения законодательства в рекламе.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных терминов относятся к основным понятиям, используемым в Федеральном законе «О рекламе»? Выберите все правильные варианты: Варианты ответов: 1. Спонсор; 2. Рекламодатель; 3. Рекламный носитель; 4. Рекламораспространитель.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных принципов необходимо учитывать при проверке актуальности нормативно-правовой базы в рекламной деятельности? Выберите все правильные варианты. Варианты ответов: 1. Принцип иерархичности нормативных актов; 2. Принцип приоритета специальных норм над общими; 3. Принцип автоматического продления действия старых норм при внесении изменений; 4. Принцип обязательного опубликования всех нормативных актов.

Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Опишите три основных требования Федерального закона «О рекламе» к рекламе лекарственных средств.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Опишите алгоритм проверки актуальности нормативно-правовой базы для запуска рекламной кампании.

ОК 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

Знать: сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности; стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.

Уметь: описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения.

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между видами рекламы и требованиями законодательства к их размещению. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Виды рекламы		Требования законодательства	
		А	Социальная реклама	1	Обязательное наличие предупреждения о вреде для здоровья и ограничение времени трансляции
		Б	Реклама лекарственных средств	2	Обязательное указание на то, что товар не является лекарством и не имеет лечебного эффекта
		В	Реклама алкогольных напитков	3	Обязательное наличие социальной значимости и отсутствие коммерческих целей
		Г	Реклама финансовых услуг	4	Обязательное указание полной информации об условиях предоставления услуг и рисков
				5	Обязательное наличие лицензии и сертификатов соответствия
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		А	Б	В	Г

Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между коррупционными проявлениями в рекламной деятельности и антикоррупционными мерами противодействия. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца <table><tr><th colspan="2">Коррупционные проявления</th><th colspan="2">Антикоррупционные меры</th></tr><tr><td>А</td><td>Получение незаконного вознаграждения за размещение рекламы</td><td>1</td><td>Внедрение системы электронного документооборота и прозрачности процедур</td></tr><tr><td>Б</td><td>Злоупотребление служебным положением при тендерах на рекламные услуги</td><td>2</td><td>Установление жёстких сроков рассмотрения заявок и публикации результатов</td></tr><tr><td>В</td><td>Использование инсайдерской информации для получения выгоды</td><td>3</td><td>Разработка кодекса этики и служебного поведения сотрудников</td></tr><tr><td>Г</td><td>Сговор между участниками рекламного рынка</td><td>4</td><td>Создание системы внутреннего контроля и аудита</td></tr><tr><td></td><td></td><td>5</td><td>Введение обязательной декларации доходов и расходов сотрудников</td></tr></table> Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	Коррупционные проявления		Антикоррупционные меры		А	Получение незаконного вознаграждения за размещение рекламы	1	Внедрение системы электронного документооборота и прозрачности процедур	Б	Злоупотребление служебным положением при тендерах на рекламные услуги	2	Установление жёстких сроков рассмотрения заявок и публикации результатов	В	Использование инсайдерской информации для получения выгоды	3	Разработка кодекса этики и служебного поведения сотрудников	Г	Сговор между участниками рекламного рынка	4	Создание системы внутреннего контроля и аудита			5	Введение обязательной декларации доходов и расходов сотрудников	А	Б	В	Г				
Коррупционные проявления		Антикоррупционные меры																																
А	Получение незаконного вознаграждения за размещение рекламы	1	Внедрение системы электронного документооборота и прозрачности процедур																															
Б	Злоупотребление служебным положением при тендерах на рекламные услуги	2	Установление жёстких сроков рассмотрения заявок и публикации результатов																															
В	Использование инсайдерской информации для получения выгоды	3	Разработка кодекса этики и служебного поведения сотрудников																															
Г	Сговор между участниками рекламного рынка	4	Создание системы внутреннего контроля и аудита																															
		5	Введение обязательной декларации доходов и расходов сотрудников																															
А	Б	В	Г																															
Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность действий при получении разрешения на наружную рекламу. Расположите пункты в логическом порядке, начиная с первого действия. Варианты действий: 1. Подача заявления и пакета документов в уполномоченный орган; 2. Проведение экспертизы места размещения рекламной конструкции;																																

		3. Получение технического заключения о возможности размещения; 4. Заключение договора на размещение рекламной конструкции. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность действий при рассмотрении жалобы на ненадлежащую рекламу. Расположите пункты в логическом порядке, начиная с первого этапа. Этапы: 1. Вынесение решения по результатам рассмотрения жалобы; 2. Проверка фактов, изложенных в жалобе; 3. Регистрация поступившей жалобы; 4. Уведомление рекламодателя о поступившей жалобе. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Рекламодатель разместил рекламу лекарственного препарата, в которой не указал противопоказания и возможные побочные эффекты. Какой вид ответственности предусмотрен в данном случае? Варианты ответов: 1. Административная ответственность в виде штрафа за нарушение законодательства о рекламе; 2. Гражданско-правовая ответственность за причинение морального вреда потребителям; 3. Уголовная ответственность за введение потребителей в заблуждение; 4. Дисциплинарная ответственность работников рекламной компании.				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления,	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Рекламное агентство разместило рекламу табачных изделий на радио в утреннее время (с 7:00 до 10:00). Какое правовое последствие наступит в данной ситуации? Варианты ответов: 1. Предупреждение от антимонопольной службы за нарушение времени трансляции; 2. Административный штраф за нарушение законодательства о рекламе табачных изделий; 3. Предписание о прекращении рекламы без дополнительных санкций;				

последовательности) (Уметь)		4. Аннулирование лицензии на рекламную деятельность.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Что является основным признаком недобросовестной рекламы согласно законодательству РФ? Варианты ответов: 1. Наличие недостоверной информации о товаре или услуге; 2. Отсутствие контактных данных рекламодателя; 3. Использование иностранных слов в рекламном тексте; 4. Превышение допустимой длительности рекламного блока.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какой принцип правового регулирования рекламной деятельности является приоритетным при разрешении спорных ситуаций между участниками рекламного рынка? Варианты ответов: 1. Принцип защиты прав потребителей на получение достоверной информации; 2. Принцип свободы предпринимательской деятельности в сфере рекламы; 3. Принцип добросовестной конкуренции между рекламодателями; 4. Принцип государственного регулирования рекламной деятельности.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	В рекламном буклете компании обнаружены следующие нарушения: Какие из перечисленных нарушений являются существенными и требуют немедленного прекращения распространения рекламной продукции? (может быть несколько): Варианты ответов: 1. Отсутствие сведений о производителе товара; 2. Использование запрещенных приемов сравнения с товарами конкурентов; 3. Превышение допустимого размера шрифта в тексте рекламы; 4. Отсутствие маркировки «реклама» на материале.
Задание комбинированного типа с выбором	Прочитайте текст, выберите правильные	Компания размещает рекламу нового финансового продукта. Какие из перечисленных действий являются нарушениями

нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)	ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	законодательства о рекламе? (может быть несколько): Варианты ответов: 1. Обещание гарантированной высокой доходности без указания рисков; 2. Использование отзывов клиентов без указания их реальных имен и фамилий; 3. Отсутствие информации о полной стоимости кредита; 4. Размещение рекламы только на официальном сайте компании.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных элементов входят в понятие «ненадлежащая реклама» согласно законодательству РФ? (может быть несколько): Варианты ответов: 1. Недостоверная реклама, содержащая ложные сведения о товаре; 2. Неэтичная реклама, нарушающая общепринятые нормы морали; 3. Сравнительная реклама, указывающая на преимущества товара; 4. Заведомо ложная реклама, вводящая потребителей в заблуждение.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных принципов являются основополагающими при разработке рекламной политики компании? (может быть несколько): Варианты ответов: 1. Принцип законности в рекламе и соблюдении прав потребителей; 2. Принцип экономической эффективности рекламных кампаний; 3. Принцип достоверности и полноты рекламной информации; 4. Принцип монополизации рекламного рынка.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Охарактеризуйте основные правовые требования к рекламе лекарственных средств.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Укажите 4 основных антикоррупционных меры, которые должны быть реализованы в рекламной компании при проведении тендеров на размещение рекламы.

10. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№ п/п	Подразделение	Фамилия	Подпись	Дата
1	Кафедра ГЕМД	Е.П. Маскайкин	<i>Маскайкин</i>	20.02.2024 г.
2	Кафедра МиУП	Е.В. Маскайкина	<i>Маскайкина</i>	20.02.2024 г.
3	Кафедра экономики	О.В. Зубкова	<i>Зубкова</i>	20.02.2024 г.
4	Учебно-методический отдел	Н.С. Ульянова	<i>Ульянова</i>	20.02.2024 г.
5	Библиотека	Г.В. Шпакова	<i>Шпакова</i>	20.02.2024 г.