

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 22.10.2024 12:47:11
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

13 июня 2024г., протокол УМС №5

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

Закреплена за кафедрой	Гражданско-правовых дисциплин и трудового права	
Учебный план	bz400301-ЮрКонс-24-2.plx 40.03.01 Юриспруденция Направленность (профиль): Юридический консалтинг. Юрист цифровой экономики.	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	заочная	
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	72	Виды контроля на курсах: зачеты 2
в том числе:		
аудиторные занятия	8	
самостоятельная работа	60	
часов на контроль	4	

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рп		
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8	8	8	8
Сам. работа	60	60	60	60
Часы на контроль	4	4	4	4
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 13.06.2024 протокол № 5.

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:	ФГД
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	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	Информационные технологии в юридической деятельности
2.2.4	Конституционное право
2.2.5	Производственная практика, правоприменительная практика
2.2.6	Предпринимательское право
2.2.7	Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.8	Производственная практика, преддипломная практика

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

ПК-2.2: Реализует нормы права в профессиональной деятельности в сфере цифровой экономики

ПК-3.2: Подготавливает письменные заключения или консультации по правовым вопросам

ПК-3.4: Подготавливает обзор и анализ законодательства, судебной практики по заданной тематике

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;

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. /Пр/	2	1	ПК-2.2 ПК-3.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3	
1.2	Понятие рекламного права и источники правового регулирования отношений в сфере рекламы. /Ср/	2	6	ПК-2.2 ПК-3.2	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.3	Реклама как объект правоотношений. /Пр/	2	1	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3	
1.4	Реклама как объект правоотношений. /Ср/	2	6	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3	
Раздел 2. Раздел 2. Требования к отдельным способам распространения рекламы и к рекламе отдельных товаров и видов деятельности						
2.1	Отдельные способы распространения рекламы /Пр/	2	1	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.2	Отдельные способы распространения рекламы /Ср/	2	12	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.3	Особенности рекламы отдельных товаров и видов деятельности /Пр/	2	1	ПК-2.2 ПК-3.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.4	Особенности рекламы отдельных товаров и видов деятельности /Ср/	2	10	ПК-2.2 ПК-3.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.5	Правовое регулирование отдельных видов рекламы /Пр/	2	1	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.6	Правовое регулирование отдельных видов рекламы /Ср/	2	10	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3	
2.7	Договоры в сфере рекламной деятельности /Пр/	2	1	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3	
2.8	Договоры в сфере рекламной деятельности /Ср/	2	6	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3	
2.9	Государственный контроль в сфере рекламы и юридическая ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе. /Пр/	2	2	ПК-2.2 ПК-3.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
2.10	Государственный контроль в сфере рекламы и юридическая ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе. /Ср/	2	10	ПК-2.2 ПК-3.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
2.11	/Контр.раб./	2	0		Л1.1Л2.3 Л2.4	Контрольная работа
2.12	/Зачёт/	2	4	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.4	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3	Зачёт

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом
5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования
Представлены 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	Тиллинг Е., Моцный И., Чубукова И., Лоцилин В., Александрова Ю., Грусова Е., Гаврилов А., Зеленов М., Шаблинский И., Шаблинский И., Тиллинг Е.	Интеллектуальная собственность и реклама: Актуальные вопросы, административная и судебная практика	Москва: Альпина Паблишер, 2016, электронный ресурс	1
Л2.2	Васильев Г. А.	Электронный бизнес и реклама в Интернете	Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2015, электронный ресурс	1
Л2.3	Богацкая С.Г.	Правовое регулирование рекламной деятельности: Учебное пособие	Москва: Университетская книга, 2020, электронный ресурс	1
Л2.4	Арзуманян, А. Б.	Правовое регулирование рекламы в России и за рубежом: учебное пособие	Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2021, электронный ресурс	1
6.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Осина, О. Н.	Этическое и правовое регулирование рекламы: учебно-методическое пособие	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2023, 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.