

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 09.10.2023 15:21:54  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Тверской государственный университет

Юридический факультет

Утверждаю:

Руководитель ООП:

 Ю.А. Дронова

2020 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

## **ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ**

Направление подготовки:

40.03.01 ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

Профиль подготовки:

**ПРАВОПОЛЬЗОВАНИЕ И ПРАВОПРИМЕНЕНИЕ**

Для студентов 3 курса очной формы обучения

Составитель: \_\_\_\_\_ *Фомин В.М.*

Тверь, 2020

# І. АННОТАЦІЯ

**1. Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом:** Правовое регулирование рекламы

## **2. Цель и задачи дисциплины**

Целью освоения дисциплины является: формирование у студентов знаний о концепциях, методах и формах правового регулирования рекламной деятельности как неотъемлемой составляющей регулирования конкурентных отношений и защиты экономических прав потребителей.

Задачами освоения дисциплины являются:

- обобщение концептуальных теоретических подходов к правовому регулированию рекламной деятельности как составляющей регулирования экономики в целом;

- характеристика взаимосвязи и взаимозависимость саморегулирования и государственного регулирования экономики;

- анализ опыта саморегулирования и государственного регулирования рекламной деятельности за рубежом, взаимосвязи этих двух подходов на основе международного опыта;

- практический анализ положений, регулирующих рекламную деятельность в регионе и в России в целом, их влияние на конкурентные отношения и защиту прав потребителей.

## **3. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Данный курс является междисциплинарным и связан со следующими дисциплинами: теория государства и права; гражданское право и гражданское процессуальное право.

В свою очередь сведения курса «Правовое регулирование рекламы» используются рядом других юридических и специальных дисциплин.

**4. Объём дисциплины** для студентов очной формы обучения составляет 2 зачётные единицы, 72 академических часа, в том числе **контактная работа:** практические занятия – 32 часа, **самостоятельная работа:** 40 часов.

**5. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (или модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

<b>Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине (или модулю)</b>
--	---

<p>ОПК-3 - способность добросовестно исполнять профессиональные обязанности, соблюдать принципы этики юриста</p> <p><i>Завершающий</i></p>	<p><b>Владеть:</b> навыками урегулирования конфликтных с этической точки зрения ситуаций в профессиональной деятельности юриста.</p> <p><b>Уметь:</b> определить возможные пути (способы) разрешения нравственных конфликтных ситуаций в профессиональной деятельности юриста и выбрать наиболее эффективный.</p> <p><b>Знать:</b> особенности профессиональной этики применительно к большинству видов юридической деятельности, возможные пути (способы) разрешения нравственных конфликтных ситуаций в профессиональной деятельности юриста, сущность профессионально-нравственной деформации и пути ее предупреждения и преодоления.</p>
<p>ПК-4 – способность принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законодательством Российской Федерации</p> <p><i>Завершающий</i></p>	<p><b>Владеть:</b> навыками анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений, являющихся объектами профессиональной деятельности в различных сферах в целях принятия решений и совершения юридических действий в точном соответствии с нормами законодательства, анализа судебной и иной правоприменительной практики, разрешения правовых проблем и коллизий.</p> <p><b>Уметь:</b> обосновывать принимаемые решения и совершаемые действия с позиции действующего закона, давать юридическую оценку правам и обязанностям участников конкретных ситуаций, делать правильные выводы об особенностях их требований и возражений.</p> <p><b>Знать:</b> положения действующего законодательства, правила правоприменения в различных сферах профессиональной деятельности, регулирующие порядок принятия решений и совершения юридических действий.</p>

**6. Форма промежуточной аттестации – зачет.**

**7. Язык преподавания – русский.**

**II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ  
ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ  
КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ  
УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ**

**1. Для студентов очной формы обучения**

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические (лабораторные) занятия	
1. Понятие и история развития рекламного права в РФ	10	-	4	6
2. Нормативные правовые акты, составляющие систему регулирования рекламной деятельности и их структура.	10	-	6	4
3. Основные понятия ФЗ «О рекламе»: реклама, ненадлежащая реклама, контрреклама, рекламодаделец, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребители рекламы.	10	-	4	6
4. Сфера применения ФЗ «О рекламе».	6	-	2	4
5. Общие и специальные требования законодательства к рекламной информации.	8	-	4	4
6. Специальные требования к рекламе отдельных видов товаров и отдельным способам распространения рекламы	8	-	4	4

7. Юридическая ответственность по рекламному законодательству РФ.	10	-	4	6
8. Порядок привлечения к ответственности за нарушение рекламного законодательства в РФ.	10	-	4	6
<b>ИТОГО</b>	<b>72</b>	<b>0</b>	<b>32</b>	<b>40</b>

### **III. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

1. Примерная тематика электронных презентаций студентов и основные требования к таким работам.
2. Методические рекомендации по работе с нормативно-правовыми актами
3. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов.
4. Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации.

### **IV. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции**

**1. Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 1 – ОПК-3 - способность добросовестно исполнять профессиональные обязанности, соблюдать принципы этики юриста**

*Дисциплина «Правовое регулирование рекламы» находится на завершающем этапе формирования компетенции ОПК-3.*

1) Типовые задания для оценивания результатов сформированности компетенции на уровне «**Знать**»:

- Дать письменный ответ на вопрос

Значение постановлений Верховного суда РФ в применении законодательства РФ о рекламной деятельности.

### **Критерии оценивания письменного ответа**

<b>Шкала оценивания</b>	<b>Критерии оценивания</b>
15 баллов	Студент даёт правильный и полный (развёрнутый) ответ на вопрос, умеет логично и грамотно излагать собственные умозаключения и выводы, демонстрируя углубленные знания в данной области
10 баллов	Студент даёт правильный ответ на вопрос, умеет формулировать собственные умозаключения и выводы, демонстрируя знания в данной области
5 баллов	Студент даёт неполный ответ на вопрос, демонстрируя поверхностные знания по вопросу. Материал не структурирован, не обобщён в достаточной степени.
0	Студент не знает ответ на вопрос, либо даёт неверный ответ.

2) Типовые задания для оценивания результатов сформированности компетенции на уровне «Уметь», «Владеть»:

– Решение задачи

Иванов нарушил требования к установке и эксплуатации рекламной конструкции. Установил и эксплуатировал рекламную конструкцию без предусмотренного законодательством разрешения на ее установку и эксплуатацию в д. Князево Медновский р-он Тверской области без разрешения собственника земельного участка и осуществлял его эксплуатацию. Состав какого правонарушения образуют действия Иванова?

**Критерии оценивания решения задач**

<b>Шкала оценивания</b>	<b>Критерии оценивания</b>
20 баллов	Студент даёт правильный и полный (развёрнутый) ответ на вопрос, умеет логично и грамотно излагать собственные умозаключения и выводы, демонстрируя углубленные знания. Студент правильно назвал и подобрал нормы права, необходимые для решения задачи, а также правильно осуществил толкование норм права.
15 баллов	Студент даёт правильный ответ на вопрос, умеет формулировать собственные умозаключения и выводы, демонстрируя свои знания. Студент правильно назвал и подобрал надлежащие нормы, необходимые для решения задачи. Студент допустил незначительные ошибки в толковании правовых норм. Студент построил логически выверенный, но не полностью обоснованный ответ на вопрос(ы) или

	пришёл к правильному решению задачи, но не привел развернутую аргументацию.
10 баллов	Студент правильно назвал и (или) подобрал полностью или частично надлежащие нормы права, необходимые для решения задачи. Студент допустил существенные ошибки при толковании правовых норм. Студент предложил версию решения задачи, которая оказалась не вполне правильной или недостаточно обоснованной.
0 баллов	Студент не смог правильно подобрать источники и конкретные нормы права, необходимые для решения задачи. В ответе отсутствует логика; студент не владеет юридической терминологией. Задача не решена или решена неверно, в противоречии с действующим законодательством и иными источниками права.

**2. Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 2 – ПК-4 – способность принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законодательством Российской Федерации**

*Дисциплина «Правовое регулирование рекламы» находится на завершающем этапе формирования компетенции ПК-4.*

1) Типовые задания для оценивания результатов сформированности компетенции на уровне «Знать»:

– Дать письменный ответ на вопрос

Особенности юридической ответственности за правонарушения в сфере рекламы.

#### **Критерии оценивания письменного ответа**

<b>Шкала оценивания</b>	<b>Критерии оценивания</b>
15 баллов	Студент даёт правильный и полный (развёрнутый) ответ на вопрос, умеет логично и грамотно излагать собственные умозаключения и выводы, демонстрируя углубленные знания в данной области
10 баллов	Студент даёт правильный ответ на вопрос, умеет формулировать собственные умозаключения и выводы, демонстрируя знания в данной области

5 баллов	Студент даёт неполный ответ на вопрос, демонстрируя поверхностные знания по вопросу. Материал не структурирован, не обобщён в достаточной степени.
0	Студент не знает ответ на вопрос, либо даёт неверный ответ.

2) Типовые задания для оценивания результатов сформированности компетенции на уровне «Уметь», «Владеть»:

– Решение задачи

Управлением управления антимонопольной службы по Тверской области в рамках осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства рекламе на подведомственной территории на телеканале «Рен ТВ» в июне 2017 года во время эфира рекламного блока отслежено распространение рекламы банковского продукта (вклада «Золотое руно»), реализуемого Банком с указанием одного из существенных условий договора рекламируемого вклада, а именно процентной ставки 15.15% годовых.

Изучив рекламный ролик Банка административный орган пришел к заключению о том, что существенные условия оказания банковской услуги на рассматриваемой рекламе (ролике) размещены мелким шрифтом и не поддаются ни прочтению, ни восприятию в качестве информации в течение того периода времени на которое рекламодателем выделено время в ролике для его восприятия, в связи с чем потребитель лишен возможности получения такой информации, что не может расцениваться как наличие данной информации. Есть ли в рекламном ролике Банка размещенном на телеканале признаками нарушения Федерального закона «О рекламе».

### Критерии оценивания решения задач

Шкала оценивания	Критерии оценивания
20 баллов	Студент даёт правильный и полный (развёрнутый) ответ на вопрос, умеет логично и грамотно излагать собственные умозаключения и выводы, демонстрируя углубленные знания. Студент правильно назвал и подобрал нормы права, необходимые для решения задачи, а также правильно осуществил толкование норм права.
15 баллов	Студент даёт правильный ответ на вопрос, умеет формулировать собственные умозаключения и выводы, демонстрируя свои знания. Студент правильно назвал и подобрал надлежащие нормы, необходимые для решения задачи.

	<p>Студент допустил незначительные ошибки в толковании правовых норм.</p> <p>Студент построил логически выверенный, но не полностью обоснованный ответ на вопрос(ы) или пришёл к правильному решению задачи, но не привел развернутую аргументацию.</p>
10 баллов	<p>Студент правильно назвал и (или) подобрал полностью или частично надлежащие нормы права, необходимые для решения задачи.</p> <p>Студент допустил существенные ошибки при толковании правовых норм.</p> <p>Студент предложил версию решения задачи, которая оказалась не вполне правильной или недостаточно обоснованной.</p>
0 баллов	<p>Студент не смог правильно подобрать источники и конкретные нормы права, необходимые для решения задачи. В ответе отсутствует логика; студент не владеет юридической терминологией.</p> <p>Задача не решена или решена неверно, в противоречии с действующим законодательством и иными источниками права.</p>

## **V. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **а) Основная литература:**

1. Дударова Б. О. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс] : курс лекций / Б. О. Дударова, С. А. Пузыревский. – М. : Норма, 2014. – 256 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=469894>.

2. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. Д. Эриашвили [и др.]. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 240 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651>.

3. Правовое регулирование рекламной деятельности: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н.Д. Эриашвили [и др.] — М. : ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2017. — 240 с. - ISBN 978-5-238-01546-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028543> (дата обращения: 14.02.2020)

### **б) дополнительная литература:**

1. Антипов К. В. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебник / К. В. Антипов. – 3-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 326 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031>.

2. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2018. - 328 с. - ISBN 978-5-394-02394-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/415267> (дата обращения: 14.02.2020)

3. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. – 14-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 538 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093> (дата обращения: 14.02.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01804-6. – Текст : электронный.

4. Гришаев С.П. Реклама: правовое регулирование. М.: Редакция "Российской газеты", 2015. Вып. 10. 172 с.

5. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие / Ф.И. Шарков. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2016. — 336 с. — ISBN 978-5-394-00783-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93373> (дата обращения: 14.02.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Гришаев С.П. Особенности правового регулирования социальной рекламы // СПС КонсультантПлюс. 2015.

7. Данилина И.В. Антимонопольное регулирование рекламы на телеканалах: проблемы законодательства // Законы России: опыт, анализ, практика. 2016. N 6. С. 100 - 103.

8. Ермакова И.В. Реклама, содержащая сравнение рекламируемого товара с товарами конкурентов: правовое регулирование в РФ // Юрист. 2015. N 6. С. 9 - 14.

9. Елканова Д.И. Рекламная деятельность как объект административно-правового регулирования // Административное право и процесс. 2015. N 8. С. 61 - 63.

10. Кирилин А.В., Сарнаков И.В. Правовое регулирование рекламы и вопросы ее классификации // Реклама и право. 2014. N 2. С. 53 - 61.

11. Кирилловых А.А. Правовое регулирование рекламы с позиции судебной практики: отдельные аспекты правоприменения // Вестник арбитражной практики. 2013. N 1. С. 18 - 24.

12. Марочкина С. С. Введение в специальность: реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 239 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757>.

13. Панкратов Ф. Г. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 14-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 538 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093>.

14. Петрова С.Д. Проблемы квалификации и разграничения недобросовестной конкуренции и ненадлежащей рекламы финансовых услуг // Конкурентное право. 2017. N 1. С. 36 - 41.

## VI. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Лицензионное программное обеспечение

Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – акт на передачу прав ПК545 от 16.12.2022

СПС ГАРАНТ аэро - договор №5/2018 от 31.01.2018

СПС КонсультантПлюс: версия Проф. - договор № 2018С8702

б) Свободно распространяемое программное обеспечение

Google Chrome

Яндекс Браузер

Многофункциональный редактор ONLYOFFICE

ОС Linux Ubuntu

Notepad++

OpenOffice

paint.net

WinDjView

Многофункциональный редактор ONLYOFFICE

### Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Справочная правовая система «Консультант Плюс» <http://www.garant.ru/>

Справочная правовая система «ГАРАНТ» <http://www.consultant.ru/>

1. Электронные ресурсы на сайте научной библиотеки ТвГУ <http://library.tversu.ru/>;
2. Электронно-библиотечная система «IQlib» <http://dlib.ru/>;
3. Научная электронная библиотека eLIBRARU.RU <http://www.elibraru.ru/>;
4. Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М» <http://www.znanium.com/>;
5. Интернет-библиотека русскоязычных СМИ <http://www.public.ru/>;
6. База данных ПОЛПРЕД <http://www.polpred.com/>;
7. ЮристЛиб. Электронная юридическая библиотека <http://www.juristlib.ru/>;
8. Все о праве: компас в мире юриспруденции <http://www.allpravo.ru/library/>;
9. Библиотека юридической литературы <http://pravo.eup.ru/>;
10. Юридическая научная библиотека издательства «СПАРК» <http://www.lawlibrary.ru/poisk.php>

## VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

## **1. Примерная тематика электронных презентаций студентов и основные требования к таким работам.**

1. Особенности правового регулирования рекламной деятельности в зарубежных странах.
2. Функции рекламы.
3. Особенности регламентации социальной рекламы.
4. Запрещенные виды рекламы, в том числе недобросовестная реклама, недостоверная реклама, неэтичная реклама.
5. Требования по защите несовершеннолетних при распространении рекламы.
6. Примеры нарушения общих требований к рекламе.
7. Особенности отдельных способов распространения рекламы.
8. Особенности рекламы отдельных видов товаров.
9. Примеры нарушения требований к рекламе отдельных видов товаров и отдельным способам распространения рекламы.
10. Профилактика правонарушений рекламного права.

Тема мультимедийной презентации выбирается студентом самостоятельно по согласованию с преподавателем. Мультимедийные презентации используются в целях наглядной демонстрации дополнительных материалов к устному сообщению и не должны содержать весь основной текст, с которым выступает докладчик. В презентации могут быть отражены: основные тезисы выступления, цифры и названия, которые трудно воспринимаются аудиторией «на слух», графики, схемы, таблицы, формулы, а также видеозаписи и др.

Создание мультимедийной презентации, как правило, состоит из трех этапов:

I. Планирование презентации – это многошаговая процедура, включающая определение целей, изучение аудитории, формирование структуры и логики подачи материала. Планирование презентации включает в себя: определение целей; сбор информации об аудитории; определение основной идеи презентации; подбор дополнительной информации; планирование выступления; создание структуры презентации; проверка логики подачи материала.

II. Разработка презентации – методологические особенности подготовки слайдов презентации, включая вертикальную и горизонтальную логику, содержание и соотношение текстовой и графической информации.

III. Репетиция презентации – это проверка и отладка созданной презентации.

Объем презентации должен быть не меньше 10 слайдов. Первый слайд – это титульный лист, на котором должны быть представлены: название темы выступления; фамилия, имя, отчество автора. Допускается размещение фотографии или рисунка, отражающего тему исследования.

Дизайн-эргономические требования к презентации: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста, наглядность и «читаемость».

В оформлении презентаций выделяют две важных составляющих: оформление слайдов и представление информации на них. Прежде всего, презентация должна быть выполнена в едином стиле. На одном слайде рекомендуется размещение не более 3 цветов. При этом цвет текста должен сочетаться с цветом фона и позволять читателям ознакомиться с представляемым материалом. Использование различных анимационных эффектов не приветствуется, поскольку они отвлекают внимание аудитории от содержания информации на слайде.

Правила представления информации в мультимедийных презентациях следующие: использование коротких слов и предложений; использование заголовков для привлечения внимания аудитории; горизонтальное расположение информации; размещение пояснений к рисунку под ним; использование рамок, заливок, рисунков, таблиц, диаграмм и схем для иллюстрации наиболее важных фактов; не выносите в один слайд более 3-х фактов, выводов и определений; обеспечьте максимальную информационную насыщенность при минимальном объеме информации на слайде за счет грамотного структурирования и устного текста.

## **2. Методические рекомендации по работе с нормативно-правовыми актами**

Самостоятельная работа призвана, прежде всего, сформировать у студентов навыки работы с нормативно-правовыми актами. При их анализе необходимо научиться правильно фиксировать основные реквизиты документа (полное официальное название, когда и каким государственным органом был принят, кем и когда подписан, где опубликован), порядок вступления в силу и сферу действия.

В процессе изучения правовых источников очень важно правильно определить причины и исторические условия принятия данного правового документа. Необходимо уяснить главное, сущностное - почему, с какой целью государством был разработан и принят настоящий правовой акт, чем обусловлено его появление именно в это время, каков его социальный смысл. При этом каждый нормативно-правовой акт должен быть рассмотрен не изолированно, а в рамках его системной связи с другими нормами права.

Следует обратить внимание на терминологию изучаемого источника, без знания которой невозможно усвоить ключевые положения изучаемой дисциплины. В этих целях, как показывает опыт, незаменимую помощь оказывают всевозможные юридические справочные издания, прежде всего, энциклопедического характера.

## **3. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов.**

Успешное изучение дисциплины возможно только при правильной организации самостоятельной работы студентов. Обучающемуся следует, прежде всего, внимательно ознакомиться с содержанием рабочей программы курса.

В рамках самостоятельной подготовки должно быть особое внимание уделено работе с юридической литературой. Достаточно обратиться к перечню базовой и рекомендуемой литературы, приведенной в программе, чтобы понять, насколько огромна по своему объему и чрезвычайно разнообразна литература.

Опубликованные работы написаны в различных жанрах, которые определяются тем, что они рассчитаны на различные по подготовке и интересам группы читателей (ими могут быть не только студенты, но и практики, научные работники), либо граждан, интересующихся правом независимо от своей профессии; предполагают передачу различного объема знаний; написаны в традиционной или критической манере.

Ввиду такого обилия информации и насыщенности книжного рынка, возникает необходимость в ходе самоподготовки осваивать методику поиска литературы и оценки содержащейся в ней информации.

Наиболее традиционными и привычными для российских студентов (да и преподавателей) являются следующие способы отыскания литературы: работа с библиографическими изданиями в библиотеках; изучение специальных выпусков отсылок к литературе, систематизированных по отраслям права, разделам, либо конкретным проблемам; использование библиотечных каталогов, которые в настоящее время представлены преимущественно в виде компьютерной информации.

Оценка информации в правовой литературе должна осуществляться, прежде всего, по критериям актуальности и соответствия суждений действующему законодательству и последним решениям высших судебных органов страны. В порядке совета можно выделить несколько способов оценки научного текста:

во-первых, определение предназначенности работы - полемическая, альтернативная, острокритическая, традиционная;

во-вторых, сопоставление даты издания книги или журнала и изменений в законе, учитывая тенденции развития;

в-третьих, сопоставление хотя бы нескольких литературных источников, с тем, чтобы действительно оценить полноту разработки предмета, уровень и объем проводимых соображений;

в-четвертых, консультирование с ведущим преподавателем по вопросам того или иного издания.

В ходе работы с литературой студент должен знакомиться с опубликованной и неопубликованной судебной практикой, составлять ее краткие обзоры и представлять на обсуждение на занятии либо на заседании научной студенческой конференции.

Важным моментом является также и то, чтобы самоподготовка студентов по определенной проблематике проводилась с учетом времени изучения данной темы по учебному плану.

#### **4. Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации.**

1. Сфера применения Федерального закона «О рекламе».
2. Международно-правовые акты как источники законодательства о рекламе.
3. Основные понятия, используемые в Федеральном законе «О рекламе».
4. Субъекты рекламной деятельности.
5. Функции рекламы.

6. Виды рекламной информации.
7. Общие требования к рекламе
8. Правовые особенности рекламы отдельных видов товаров.
9. Товары, реклама которых не допускается
10. Социальная реклама
11. Особенности отдельных способов распространения рекламы
12. Саморегулируемые организации в сфере рекламы
13. Права саморегулируемой организации в сфере рекламы
14. Полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы
15. Обязанности антимонопольного органа по соблюдению коммерческой, служебной и иной охраняемой законом тайны
16. Организация и проведение проверок в сфере рекламы
17. Решения и предписания антимонопольного органа по результатам рассмотрения дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе
18. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе
19. Порядок привлечения к ответственности за нарушение рекламного законодательства в РФ.
20. Особенности рассмотрения дел о рекламе судами.

#### **VIII. ПЕРЕЧЕНЬ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ИЛИ МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПО НЕОБХОДИМОСТИ)**

Выработка профессиональных навыков и умений предполагает широкое использование в ходе образовательного процесса интерактивных методик обучения. Использование активных методов обучения имеет целью конструктивное вовлечение студентов в учебный процесс, активизацию учебно-познавательной деятельности.

Основные виды используемых образовательных технологий:

- технологии, направленные на деятельно-ориентированное обучение студентов, имеющие целью формирование системы профессиональных практических навыков и умений, что даст возможность подготовить юриста, способного квалифицированно решать профессиональные задачи.

- технологии, направленные на личностно-ориентированное обучение, чему способствует выполнение различных творческих заданий в рамках изучения курса, научно-исследовательская работа, публичные выступления, индивидуальная самостоятельная работа и т.п.

- технологии, направленные на проблемное обучение. При чтении лекций преподаватель особое внимание уделяет актуальным вопросам теории государства и права.

Использование активных методов обучения имеет целью конструктивное вовлечение студентов в учебный процесс, активизацию учебно-познавательной деятельности.

Цели проведения практических занятий – закрепить у студентов основные теоретические положения дисциплины, выработать навыки анализа и самостоятельного применения теоретических положений курса к актуальным проблемам юридической науки, способствовать изучению ими необходимой литературы, в том числе и специальной по теме, вынесенной на практическое занятие. Проведение практических занятий предполагает выработку у студентов профессиональной заинтересованности, развитие у них юридического мышления, правосознания, повышения уровня правовой культуры.

Активные методы обучения предполагают деловое сотрудничество, взаимодействие, обмен информацией, более глубокое усвоение материала, понимание сущности изучаемых правовых явлений, и как результат – получение соответствующих знаний, умений и навыков, формирование компетенций.

При проведении занятий используются такие интерактивные методики как «мозговой штурм», ролевые и деловые игры, выполнение творческих заданий, работа в малых группах, интерактивные выступления, презентации, дискуссии и другие.

Так, проведение деловой игры направлено на получение и закрепление полученных знаний, выработку навыков публичного выступления и других. Ее функциями являются тренинг, интенсификация процесса обучения, проблематизация вопросов, расширение и углубление предмета изучения. Обучающая ценность деловой (ролевой) игры связана со способностью студента лучше усваивать изучаемый материал, так как требует личного участия и позволяет развивать профессиональное мышление, анализировать возникшую ситуацию. Деловая игра предполагает совместную деятельность участников учебного процесса, развивает коммуникативные качества, создает атмосферу интеллектуального соперничества.

К числу используемых при проведении практических занятий по курсу относятся творческие (проблемные) задания. Например, подготовка мультимедийных презентаций, выполнение мини-проектов в малых группах, включающих элементы творчества и командной работы.

Работа в малых группах является одним из используемых методов при проведении практических занятий. Объединив студентов в подгруппы, преподаватель. Выполняя роль модератора, предлагает им выполнить определенное творческое задание (составить схему, обосновать доводы, выработать общее решение, проанализировать ситуацию). Задание выполняется группой сообща, а затем ее представитель презентует результаты работы.

Интерактивное выступление направлено на развитие одного из профессиональных навыков - публичного выступления. От чтения доклада его отличает

не только содержания, но и форма сообщения определенной информации. Интерактивное выступление требует серьезной предварительной подготовки. Нередко используются и такие методики как «дерево решений», «мозговой штурм», «займи и обоснуй позицию» и другие.

Непременным условием успешной работы студентов на практических занятиях является серьезная предварительная подготовка: студентам необходимо внимательно ознакомиться теоретическим материалом курса, изучить и усвоить рекомендованную по данной теме литературу. В процессе подготовки к занятиям студентам рекомендуется использовать справочно-правовую систему Гарант, а также Консультант Плюс.

## IX. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>Учебная аудитория № 201 (170021, Тверская обл., г. Тверь, ул. 2-ая Грибоедова, д. 22), Учебная аудитория № 203 (170021, Тверская обл., г. Тверь, ул. 2-ая Грибоедова, д. 22), Учебная аудитория № 209 (170021, Тверская обл., г. Тверь, ул. 2-ая Грибоедова, д. 22), Компьютерный класс и кабинет самостоятельной работы студентов № 210 (170021, Тверская обл., г. Тверь, ул. 2-ая Грибоедова, д. 22),</p>	<p>- - - Монитор Acer TFT 20" V203 HCb black Монитор LG 1510S Лазерный принтер SAMSUNG ML-2850D Системный блок Ramec Storm Custom W CPU C2D-E7500/2048/ 500/G41/DVD-R W/ln Win 400W/ Win 7 Starter Сканер EPSON Perfection V30 Компьютер AS S 775 P4 D 915-2.80 GHz/DDR 2*256Mb/SATAII 160Gb/DVD-RW/клав/мышь+Монитор 17" LG Компьютер AS S 775 P4 D 915-2.80 GHz/DDR 2*256Mb/SATAII 160Gb/DVD/клав/мышь+Монитор 17" LG Компьютер AS S 775 P4 D 915-2.80 GHz/DDR 2*256Mb/SATAII 160Gb/DVD/клав/мышь+Монитор 17" LG</p>	<p>Google Chrome Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows Microsoft Office профессиональный плюс 2013 СПС ГАРАНТ аэро Microsoft Windows 10 Enterprise СПС Консультант-Плюс: версия Проф.</p>

<p>Учебная аудитория № 212 (170021, Тверская обл., г. Тверь, ул. 2-ая Грибоедова, д. 22), Учебная аудитория № 214 (170021, Тверская обл., г. Тверь, ул. 2-ая Грибоедова, д. 22), Кабинет информационных технологий в таможенном деле и в юриспруденции и специализированный компьютерный класс для анализа и обработки</p>	<p>Компьютер AS S 775 P4 D 915-2.80 GHz/DDR 2*256Mb/SATAII 160Gb/DVD/клав/ мышь+Монитор 17" LG Компьютер AS S 775 P4 D 915-2.80 GHz/DDR 2*256Mb/SATAII 160Gb/DVD/клав/ мышь+Монитор 17" LG Компьютер Kraftway Credo модель KC36Vista Business/Of 2007 Pro  E7400/2* 1024Mb DDR800/T 160G/DVDRW/500W/CARE3/МОНИТОР 20" LG W2043S-PFpf Компьютер Ramec Storm Custom W CPU-E8400/2*1Gb /320Gb/G41/DVD-RW/400W/клав/мышь/ковр./Win 7 St/ Монитор 19" PHILIPS 19S1SB Мультимедийный проектор BenQ MP 624 (1024x768.3000 :1,2500ANSI,2,5Кг) с потолочным креплением Доска интерактивная SMART Board 660 (диагональ 64"/162,6см) Компьютер iRU Corp 510 I5-2400/ 4096/500/DVD-RW Компьютер iRU Corp 510 I5 Компьютер iRU Corp 510 I5 D-Link DES-1016D Коммутатор 16-port ИБП IPPON BACK Power Pro ИБП IPPON BACK Power Pro - - Лазерный принтер SAMSUNGML-2850D Принтер HPDJ 7350 Принтер лазерный HP LJ 1200 Видеокамера цифровая Canon-MV 15501 Копировальный аппарат Sharp SF 2530 (с дуплексом и податчиком А3 30 коп/мин 20000 коп/мес) Сканер EPSON Perfection V30 Брошюровщик Ibmatic(25 листов/500 листов)</p>	<p>Google Chrome Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows Microsoft Office профессиональный плюс 2013 Альта-ГТД</p>
--	---	---

<p>данных по электронному декларированию товаров, таможенной статистике, управлению_№ 219 (170021, Тверская обл., г. Тверь, ул. 2-ая Грибоедова, д. 22),</p>	<p>Компьютер AS S 775 P4 D 915-2.80 GHz/DDR2*256Mb/16 Gb/DVD/клав/мышь+Монитор 17" LG  Компьютер AS S 775 P4 D915-2.80 GHz/DDR2*256Mb/SATAII 16Gb/DVD/клав/мышь+Монитор 17" LG  Компьютер Ramec Storm Custom W Intel Core i5-650/2*2048Mb/DVD RW/клав/мышь/Монитор ViewSonic TFT 21.5" VA2238W-LED  Компьютер P4 524 Box/Asus P5LD2-SE/C/2*512DDRII/80SATA II ASUS X300SE/CDRW LG/FDD/TS 082 350W/Okl 323M/lppjn Comfo 600Pro/HP 2400Beng 71G+  Ноутбук Dell Isplron 1300 (1.7 GHz) 15.4WXGA. 512MB. 80GB  Ноутбук Packard Bell TX86-JO-501RU 15,6" Ci5 480M/4G/500G/GT450M 1Gb/DVDRW/WiFi/BT/cam/W7HP/мышь/сумка CC01  Монитор LG 15" L1511S  Проектор LGRD-JT90, DLP ,2 200 ANSI Lm  ЙБП Back-UPS ES 700 VA/405W 230V  ЙБП Back-UPS ES 700 VA/405W 230V  ЙБП Back-UPS ES 700 VA/405W 230V  Компьютер iRUCorp 510 I5-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB 21.5"  Компьютер iRUCorp 510 I5-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB 21.5"</p>	<p>СПС ГАРАНТ аэро  Заполнитель  Такса  Таможенные доку-  менты  Microsoft Windows  10 Enterprise  СПС Консультант-  Плюс: версия  Проф.</p>
--	---	--





Тверь, ул. 2-ая Грибоедова, д. 22)		
------------------------------------	--	--

## X. СВЕДЕНИЯ ОБ ОБНОВЛЕНИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Дата и протокол заседания кафедры, утвердившего изменения
1	V раздел программы	Ежегодное обновление	29.08.19, протокол № 1
2	Все разделы программы	Ежегодное обновление	30.06.20, протокол №