МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Балтийский государственный технический университет «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова»
(БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова)

УТВЕРЖДАЮ
и.о. Декан факультета Р
_____ Шматко А. Д.
(подпись) ФИО
«31» 05 2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление/специальность подготовки	**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**
Специализация/профиль/программа подготовки	**Реклама и связи с общественностью в политике и государственном управлении**
Уровень высшего образования	**Бакалавриат**
Форма обучения	**Очная**
Факультет	**Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации**
Выпускающая кафедра	**Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**
Кафедра-разработчик рабочей программы	**Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)									ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
			ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
3	5	4	144	68	34	0	34	76	0	0	76	экз.

Санкт-Петербург
2022 г.

8301

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

год набора группы: 2022

Программу составил:

Кафедра Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ _____
Сорокина Елена Владимировна, к.полит.н., доцент

Программа рассмотрена
на заседании кафедры-разработчика
рабочей программы **Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф. _____

Программа рассмотрена
на заседании выпускающей кафедры

Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф. _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Разделы рабочей программы

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложения к рабочей программе дисциплины

- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-10 — способность формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
УК-2 — способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

УК-10

знания:

на уровне воспроизведения:

- налоговое законодательство в сфере рекламной и PR-деятельности;

умения:

практические:

- оценивать и объяснять возникающие проблемные ситуации, связанные с нарушением принципов правового регулирования рекламной и PR-деятельности;

навыки:

- навыками предупреждения правонарушений в области рекламной и PR-деятельности, выявления и устранения причин и условий, способствующих их совершению.

УК-2

знания:

на уровне представлений:

- содержание деятельности государственных служб, регулирующих и PR-рекламную деятельность;

на уровне понимания:

- основные нормативно-правовые акты, регулирующие рекламную и PR-деятельность;
- случаи нарушения законодательства в сфере рекламной и PR-деятельности;

умения:

теоретические:

- проводить правовой анализ различных спорных ситуаций в рекламной и PR-деятельности;
- подбирать нормативно-правовые акты для решения споров, касаемых рекламной и PR-деятельности;

навыки:

- навыками принятия оптимальных управленческих решений в сфере рекламной и PR-деятельности.

8301

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1,** программы подготовки по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **ПОЛИТОЛОГИЯ, ЭКОНОМИКА, ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ, КОММУНИКАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- ОПК-1 — Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
- ОПК-2 — Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
- ОПК-4 — Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
- ОПК-5 — Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
- УК-10 — Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
- УК-9 — Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч.

3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %	
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		УК-10	УК-2
3	5	**Раздел 1. Общие принципы правового регулирования рекламной и PR-деятельности.** Реклама и нереклама. Правовые основы рекламной и PR-деятельности. Виды рекламы.	35	16	8	8	19	25	25
3	5	**Раздел 2. Государственные службы, регулирующие рекламную и PR-деятельность.** Деятельность Управления по контролю и надзору за соблюдением рекламного законодательства. Экспертный совет по применению законодательства о рекламе при Федеральной антимонопольной службе. Рабочая группа по мониторингу рекламы в сфере здравоохранения.	35	16	8	8	19	25	25
3	5	**Раздел 3. Нарушения законодательства в сфере рекламной и PR-деятельности.** Требования к учету, оформлению, ведению и хранению материалов дел о нарушениях законодательства о рекламе. Порядок возбуждения и рассмотрения дел об административных правонарушениях. Подготовка и ведение судебных дел о нарушении законодательства о рекламе.	37	18	9	9	19	25	25
3	5	**Раздел 4. Налоговое законодательство в рекламной и PR-деятельности.** Положения Налогового кодекса, в части рекламной и PR-деятельности. Упрощенная система налогообложения в рекламной и PR-деятельности. Классификация налогов в рекламной и PR-деятельности.	37	18	9	9	19	25	25
Всего за 5 семестр			144	68	34	34	76	100	100
Всего по дисциплине			144	68	34	34	76	100	100

3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Общие принципы правового регулирования рекламной и PR-деятельности.	Охарактеризуйте понятие «рекламной деятельности».	4
2		Назовите основные источники права, которые применяются в регулировании рекламной деятельности.	4
3	Раздел 2. Государственные службы, регулирующие рекламную и PR-деятельность.	Проанализируйте функции Федеральной антимонопольной службы.	4
4		Подумайте, насколько грамотно на сегодняшний день в России регулируется рекламная деятельность?	4
5	Раздел 3. Нарушения законодательства в сфере рекламной и PR-деятельности.	Как рассматриваются в административном процессе нарушения в сфере рекламной деятельности?	4
6		В чем особенности судебного разбирательства по искам о нарушении требований к рекламной деятельности?	5
7	Раздел 4. Налоговое законодательство в рекламной и PR-деятельности.	Какие статьи Налогового кодекса регулируют рекламную деятельность?	4
8		Назовите основные налоги, которыми облагается реклама как объект рекламной деятельности.	5
Всего за 5 семестр			34

3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 1. Общие	Подготовка докладов к практическому занятию на тему:	9

8301

	принципы правового регулирования рекламной и PR-деятельности.	«Охарактеризуйте понятие «рекламной деятельности»». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	
2		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Назовите основные источники права, которые применяются в регулировании рекламной деятельности». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 1.	10
3	Раздел 2. Государственные службы, регулирующие рекламную и PR-деятельность.	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Проанализируйте функции Федеральной антимонопольной службы». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	9
4		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Подумайте, насколько грамотно на сегодняшний день в России регулируется рекламная деятельность?». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 2.	10
5	Раздел 3. Нарушения законодательства в сфере рекламной и PR-деятельности.	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Как рассматриваются в административном процессе нарушения в сфере рекламной деятельности?». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	9
6		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «В чем особенности судебного разбирательства по искам о нарушении требований к рекламной деятельности?». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 3.	10
7	Раздел 4. Налоговое законодательство в рекламной и PR-деятельности.	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Какие статьи Налогового кодекса регулируют рекламную деятельность?». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	9
8		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Назовите основные налоги, которыми облагается реклама как объект рекламной деятельности». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 4.	10
Всего за 5 семестр			76

4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

СЕМЕСТР	**НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА**																
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**	**15**	**16**	**17**
5		Докл		Докл		ДР		Докл		ДР		Докл		Докл		ДР	Вопр. Экз

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- Докл – доклад;
- Вопр. Экз – вопросы к экзамену.

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- доклад;
- вопросы к экзамену.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- экзамен.

8301

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература по дисциплине:

1. В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. . Реклама и связи с общественностью: введение в специальность. Москва: ИЗД-ВО МГЛУ, 2020, эл. рес.
2. В. Л. Музыкант. . Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.
3. Г. А. Борщевский. . Связи с общественностью в органах власти. Москва: Юрайт, 2020, эл. рес.
4. О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью. Москва: Изд-во Финакад., 2020, эл. рес.

5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

не требуется.

5.3. Периодические издания:

не требуются.

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. https://urait.ru — Главная – Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов.;
2. https://urait.ru/ — Главная – Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов..

Современные профессиональные базы данных:

1. https://rusneb.ru – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. https://cyberleninka.ru/ - Научная электронная библиотека «Киберленинка»; http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457 - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. http://www.consultant.ru/- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

5.5. Программное обеспечение:

не требуется.

5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Лекционные занятия:

1. Аудитория с числом посадочных мест не меньше количества обучающихся.

6.2. Практические занятия:

1. Проектор;
2. Аудитория с числом посадочных мест не меньше количества обучающихся.

6.3. Прочее:

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

Аннотация рабочей программы

Дисциплина **ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1,** программы подготовки по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*. Дисциплина реализуется на факультете *Р* Международного промышленного менеджмента и коммуникации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:
УК-10 способность формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению;
УК-2 способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с с формированием у обучающихся основных представлений о принципах правового регулирования рекламной и PR-деятельности на территории Российской Федерации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:
- диагностическая работа;
- доклад;
- вопросы к экзамену.

Промежуточная аттестация проводится в формах:
- экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет **4** з.е., **144** ч. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия **(34 ч.)**, практические занятия **(34 ч.)**, самостоятельная работа студента **(76 ч)**.

ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 144 ч., из них 68 ч. аудиторных занятий, и 76 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

Наименование работы	Рекомендуемая литература	Трудоемкость, час.
Раздел 1. Общие принципы правового регулирования рекламной и PR-деятельности.		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Охарактеризуйте понятие «рекламной деятельности»». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. . Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: Москва: ИЗД-ВО МГЛУ, 2020 (1-3)	9
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Назовите основные источники права, которые применяются в регулировании рекламной деятельности». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 1.		10
Итого по разделу 1		19
Раздел 2. Государственные службы, регулирующие рекламную и PR-деятельность.		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Проанализируйте функции Федеральной антимонопольной службы». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	В. Л. Музыкант. . Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики: Москва: Юрайт, 2022 (1) Г. А. Борщевский. . Связи с общественностью в органах власти: Москва: Юрайт, 2020 (1)	9
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Подумайте, насколько грамотно на сегодняшний день в России регулируется рекламная деятельность?». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 2.		10
Итого по разделу 2		19
Раздел 3. Нарушения законодательства в сфере рекламной и PR-деятельности.		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Как рассматриваются в административном процессе нарушения в сфере рекламной деятельности?». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3)	9
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «В чем особенности судебного разбирательства по искам о нарушении требований к рекламной деятельности?». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 3.		10
Итого по разделу 3		19
Раздел 4. Налоговое законодательство в рекламной и PR-деятельности.		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Какие статьи Налогового кодекса регулируют	В. Л. Музыкант. . Основы интегрированных коммуникаций: теория и	9

рекламную деятельность?». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	современные практики: Москва: Юрайт, 2022 (2)	
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Назовите основные налоги, которыми облагается реклама как объект рекламной деятельности». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 4.		10
Итого по разделу 4		19

ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонды оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- доклад;
- вопросы к экзамену;
- экзамен.

Критерии оценивания

Диагностическая работа
Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

Доклад
1. Компетенция федеральных органов исполнительной власти и органов власти субъектов Российской Федерации в сфере рекламы.
2. Определения рекламы в теоретических работах, законодательных и иных актах (Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе». Международный кодекс рекламной практики Международной торговой палаты (МТП). Соглашение о сотрудничестве государств – участников СНГ в сфере регулирования рекламной деятельности).
3. Общие и специальные требования к рекламе.
4. Недобросовестная и недостоверная реклама.
5. Защита несовершеннолетних от недобросовестной рекламы.
6. Соотношения понятий реклама и информация.
7. Реклама и информация, находящиеся вне регламентации Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».
8. Реклама основанных на риске игр, пари.
9. Реклама финансовых услуг.
10. Реклама ценных бумаг.
11. Правовое регулирование брендинга.
12. Субъекты рекламной деятельности и договорные отношения между ними.
13. Особенности регулирования договорных отношений контекстной рекламы между поисковыми системами и рекламораспространителями.
14. Правовые вопросы рекламы в сети Интернет.
15. Договорное регулирование рекламы в сети Интернет.
16. Спам – правовая характеристика и «запретительные» меры.
17. Правовая природа Product Placement и ее регламентация.
18. Договоры, опосредующие деятельность по производству рекламы и (или) опосредующие деятельность по распространению рекламы.
19. Полномочия Федеральной антимонопольной службы в сфере рекламной деятельности.
20. Ответственность за нарушения законодательства о рекламе.

Критерии оценивания:
Для получения положительной оценки доклад должен отвечать следующим условиям:
• соответствие содержания заявленной теме, отсутствие в тексте отступлений от темы;
• соответствие целям и задачам дисциплины;
• постановка проблемы, корректное изложение смысла основных научных идей, их теоретическое обоснование и объяснение;
• логичность и последовательность в изложении материала;
• способность к работе с литературными источниками, Интернет-ресурсами, справочной и энциклопедической литературой;
• объем исследованной литературы и других источников информации;
• способность к анализу и обобщению информационного материала, степень полноты обзора состояния вопроса;
• умение извлекать информацию, соответствующую поставленной цели, и перераспределять

информацию;
• навыки планирования и управления временем при выполнении работы;
• обоснованность выводов;
• правильность оформления (соответствие стандарту, структурная упорядоченность, ссылки, цитаты, таблицы и т.д.);
• соблюдение объема, шрифтов, интервалов (соответствие оформления правилам компьютерного набора текста).

Вопросы к экзамену

1. Цели и задачи курса «Правовое регулирование рекламной и PR-деятельности»
2. Сущность рекламной и PR-деятельности
3. Реклама и не реклама
4. Правовые основы рекламной и PR-деятельности
5. Общие принципы правового регулирования рекламной и PR-деятельности
6. Виды рекламы.
7. Нормативно-правовые акты, регулирующие рекламную и PR-деятельность
8. Государственные службы, регулирующие рекламную и PR-деятельность
9. Деятельность Управления по контролю и надзору за соблюдением рекламного законодательства
10. Экспертный совет по применению законодательства о рекламе при Федеральной антимонопольной службе
11. Рабочая группа по мониторингу рекламы в сфере здравоохранения
12. Нарушения законодательства в сфере рекламной и PR-деятельности
13. Требования к учету, оформлению, ведению и хранению материалов дел о нарушениях законодательства о рекламе
14. Порядок возбуждения и рассмотрения дел об административных правонарушениях
15. Подготовка и ведение судебных дел о нарушении законодательства о рекламе
16. Налоговое законодательство в рекламной и PR-деятельности
17. Положения Налогового кодекса, в части рекламной и PR-деятельности
18. Упрощенная система налогообложения в рекламной деятельности
19. Классификация налогов в рекламной и PR-деятельности
20. Основные достоинства и недостатки правового регулирования рекламной и PR-деятельности в Российской Федерации.

Экзамен

Обучающийся имеет право на получение минимальной положительной оценки при условии успешного прохождения текущего контроля успеваемости в форме диагностической работы в соответствии с графиком раздела 4.
На экзамен выносятся вопросы, охватывающие все содержание учебной дисциплины.
Знания обучающихся оцениваются по четырех бальной системе с выставлением обучающимся итоговой оценки «отлично», либо «хорошо», либо «удовлетворительно», либо «неудовлетворительно».
Допуск к экзамену осуществляется на основании успешного прохождения промежуточной аттестации.
Оценка «отлично» при приеме экзамена выставляется в случае:
• полного, правильного и уверенного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов билета;
• уверенного владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом учебной дисциплины;
• логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
• приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
• лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.
Оценка «хорошо» при приеме экзамена выставляется в случае:
• недостаточной полноты изложения обучающимся учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по, как минимум, одному вопросу билета;
• допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
• допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при использовании в ходе ответа отдельных понятий и категорий дисциплины;
• нарушения обучающимся логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала по отдельным вопросам билета, недостаточного умения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и

явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
• приведения обучающимся слабой аргументации, наличия у обучающегося недостаточно логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
• допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при ответе на дополнительные вопросы преподавателя.
Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «хорошо».
Оценка «удовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:
• невозможности изложения обучающимся учебного материала по любому из вопросов билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по как минимум одному из вопросов билета;
• допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
• допущении обучающимся ошибок при использовании в ходе ответа основных понятий и категорий учебной дисциплины;
• существенного нарушения обучающимся или отсутствия у обучающегося логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала, неумения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
• отсутствия у обучающегося аргументации, логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
• невозможности обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.
Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «удовлетворительно».
Оценка «неудовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:
• отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;
• невозможности изложения обучающимся учебного материала по двум или всем вопросам билета;
• допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по двум или всем вопросам билета;
• скрытное или явное использование обучающимся при подготовке к ответу нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;
• невладения обучающимся понятиями и категориями данной дисциплины;
• невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя;
Любой из указанных недостатков или их совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «неудовлетворительно».
Обучающийся имеет право отказаться от ответа по выбранному билету с указанием, либо без указания причин и взять другой билет. При этом с учетом приведенных выше критериев оценка обучающемуся должна быть выставлена на один балл ниже заслуживаемой им.
Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающемуся в случае:
• необходимости конкретизации и изложенной обучающимся информации по вопросам билета с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;
• необходимости проверки знаний обучающегося по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

Паспорт фонда оценочных средств

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %		НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		УК-10	УК-2	
3	5	**Раздел 1. Общие принципы правового регулирования рекламной и PR-деятельности.**	35	16	8	8	19	25	25	Доклад
3	5	**Раздел 2. Государственные службы, регулирующие рекламную и PR-деятельность.**	35	16	8	8	19	25	25	Доклад
3	5	**Раздел 3. Нарушения законодательства в сфере рекламной и PR-деятельности.**	37	18	9	9	19	25	25	Доклад
3	5	**Раздел 4. Налоговое законодательство в рекламной и PR-деятельности.**	37	18	9	9	19	25	25	Вопросы к экзамену
Всего за 5 семестр			144	68	34	34	76	100	100	
Всего по дисциплине			144	68	34	34	76	100	100	