

Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования  
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»  
Документальная информация о владельце:  
ФИО: Забелин Алексей Григорьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 05.03.2022 21:01:20  
Уникальный программный ключ:  
672b4d4e1ca30b0f66ad5b6309d064a94afcfdbc652d927620ac07f8fdabb79  
Рассмотрено и одобрено на заседании  
учебно-методического совета

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе

  
личная подпись В.В. Шутенко  
инициалы, фамилия

« 26 » июля 2021 г.

Протокол № 11 от 26.07.2021

Председатель совета

  
личная подпись В.В. Шутенко  
инициалы, фамилия

Былинкина Елена Викторовна

(уч. звание, степень, ФИО авторов программы)

## Рабочая программа дисциплины (модуля)

### Правовое регулирование рекламной деятельности

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(код, наименование без кавычек)

ОПОП: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере  
(наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная  
(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 5 (з.е.)

Всего учебных часов: 180 (ак. час.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Экзамен	7	10	10

Москва 2021 г.

Год начала подготовки студентов - 2021

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины	Формирование у обучающихся универсальных и общепрофессиональных компетенций в процессе изучения и применения законодательства, регулирующего рекламную деятельность в России, правового положения участников рекламной деятельности, основных договоров, применяемых в рекламе и юридическую ответственность участников рекламного процесса за правонарушения.
Задачи дисциплины	Изучение общих положений об источниках правового регулирования рекламной деятельности и практики их применения; Понятия рекламы, субъектов рекламной деятельности и особенностях и правового статуса; Формирование знаний об общих и специальных требованиях к рекламе; Формирование представлений о контроле за соблюдением законодательства о рекламе и ответственности за его нарушение.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок 1 «Дисциплины (модули)»	
Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при изучении данной дисциплины	История рекламы Логика Основы маркетинга Правоведение Философия
Дисциплины, практики, ГИА, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее	Продвижение рекламной продукции Государственная итоговая аттестация

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.  
Степень сформированности компетенций**

Индикатор	Название	Планируемые результаты обучения	ФОС
УК2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений			
УК-2.1	Знать: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность	Знает: правовые основы и основные положения информационного законодательства, применяемые в области рекламы и связей с общественностью.	Тест

УК-2.2	Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности	Умеет: анализировать положения информационного права в сфере рекламного и PR-бизнеса; использовать нормативно-правовую документацию в области рекламы и связей с общественностью в процессе анализа поставленной цели и формулирования задачи, которую необходимо решить для ее достижения.	Выполнение реферата
УК-2.3	Владеть: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией	Владеет навыком навыками работы с нормативно-правовой документацией; применения информационного законодательства при решении поставленных задач в области рекламы и связей с общественностью.	Презентация
ОПК5 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			
ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает: правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Тест
ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Умеет: учитывать правовые и этические нормы регулирования тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	Выполнение реферата

#### 4. Структура и содержание дисциплины

##### Тематический план дисциплины

№	Название темы	Содержание	Литература	Индикаторы
1.	Понятие и виды рекламы. Законодательство о рекламе	Понятие рекламы, объекта рекламирования, социальной рекламы, ненадлежащей рекламы, спонсорской рекламы. Виды информации, на которую Федеральный закон "О рекламе" не распространяется. Законодательство Российской Федерации о рекламе	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2

2.	Общие требования к рекламе	Добросовестность и достоверность рекламы. Формы недобросовестной рекламы. Формы недостоверной рекламы. Запреты в рекламе.	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2
3.	Защита несовершеннолетних в рекламе	Защита несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта в рекламе. Защита несовершеннолетних от ненадлежащей печатной рекламы. Защита несовершеннолетних от ненадлежащей телевизионной рекламы. Защита несовершеннолетних от ненадлежащей рекламы в Интернете. Защита несовершеннолетних от ненадлежащей наружной рекламы.	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2
4.	Понятие и виды ненадлежащей рекламы	Понятие и виды недобросовестной рекламы. Понятие и виды недостоверной рекламы. Понятие и виды неэтичной рекламы. Понятие и виды общественно опасной рекламы.	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2
5.	Правовое регулирование отдельных способов распространения рекламы	Реклама в телепрограммах и телепередачах. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах. Реклама в периодических печатных изданиях. Реклама, распространяемая при кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи. Наружная реклама и установка рекламных конструкций. Реклама на транспортных средствах и с их использованием.	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2
6.	Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров	Реклама алкогольной продукции. Реклама лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины. Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания. Реклама продукции военного назначения и оружия. Реклама основанных на риске игр, пари. Реклама финансовых услуг и финансовой деятельности. Реклама ценных бумаг. Реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением. Реклама деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации.	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2
7.	Правовой статус субъектов рекламной деятельности	Правовой статус рекламодателей. Правовой статус рекламопроизводителей. Правовой статус рекламораспространителей.	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2

8.	Саморегулирование в сфере рекламы	Понятие и формы саморегулирования в сфере рекламы. Саморегулируемые организации в сфере рекламы. Права саморегулируемой организации в сфере рекламы. Акты саморегулирования в сфере рекламы. Российский рекламный кодекс Рекламного Совета России.	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2
9.	Государственный надзор в сфере рекламы	Полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы. Представление информации в антимонопольные органы. Обязанности антимонопольного органа по соблюдению коммерческой, служебной и иной охраняемой законом тайны. Организация и проведение проверок в сфере рекламы. Решения и предписания антимонопольного органа. Оспаривание решений и предписаний антимонопольного органа. Взаимодействие антимонопольного органа с иными правоохранительными органами в процессе осуществления своей деятельности.	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2
10.	Ответственность за нарушение рекламного законодательства	Гражданско-правовая ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Административная ответственность за нарушение законодательства о рекламе.	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2

### Распределение бюджета времени по видам занятий с учетом формы обучения

#### Форма обучения: очная, 7 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	6	2	0	4	4
2.	6	2	0	4	4
3.	6	2	0	4	4
4.	6	2	0	4	4
5.	6	2	0	4	4
6.	6	2	0	4	4
7.	6	2	0	4	4
8.	6	2	0	4	8
9.	4	2	0	2	8
10.	2	0	0	2	10
	Промежуточная аттестация				
	4	0	0	0	32
	Консультации				
	0	0	0	0	0

Итого	76	36	0	36	104
-------	----	----	---	----	-----

**Форма обучения: очно-заочная, 10 семестр**

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	2	1	0	1	8
2.	2	1	0	1	8
3.	2	1	0	1	8
4.	3	1	0	2	8
5.	3	1	0	2	8
6.	2	1	0	1	10
7.	3	2	0	1	10
8.	2	1	0	1	8
9.	3	2	0	1	8
10.	2	1	0	1	8
	Промежуточная аттестация				
	4	0	0	0	32
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	36	16	0	16	144

**Форма обучения: заочная, 10 семестр**

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	0	0.5	0	1	10
2.	0	0.5	0	1	10
3.	0	0.5	0	1	10
4.	0	0.5	0	1	10
5.	0	0.5	0	1	10
6.	0	0.5	0	1	10
7.	0	0.5	0	0.5	8
8.	0.5	0	0	0.5	8
9.	0	0.5	0	0.5	10
10.	0.5	0	0	0.5	10
	Промежуточная аттестация				
	4	0	0	0	32
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	16	4	0	8	164

**5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

В процессе освоения дисциплины студенту необходимо посетить все виды занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины и выполнить контрольные задания, предлагаемые преподавателем

для успешного освоения дисциплины. Также следует изучить рабочую программу дисциплины, в которой определены цели и задачи дисциплины, компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения. Рассмотреть содержание тем дисциплины; взаимосвязь тем лекций и практических занятий; бюджет времени по видам занятий; оценочные средства для текущей и промежуточной аттестации; критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины. Ознакомиться с методическими материалами, программно-информационным и материально техническим обеспечением дисциплины.

#### Работа на лекции

Лекционные занятия включают изложение, обсуждение и разъяснение основных направлений и вопросов изучаемой дисциплины, знание которых необходимо в ходе реализации всех остальных видов занятий и в самостоятельной работе студентов. На лекциях студенты получают самые необходимые знания по изучаемой проблеме. Непременным условием для глубокого и прочного усвоения учебного материала является умение студентов сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения. Внимательное слушание лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, конспектирование их помогает усвоить материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями. Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

#### Практические занятия

Подготовку к практическому занятию следует начинать с ознакомления с лекционным материалом, с изучения плана практических занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимым, поэтому готовясь к практическим занятиям, студенту следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями и др. В ходе проведения практических занятий, материал, излагаемый на лекциях, закрепляется, расширяется и дополняется при подготовке сообщений, рефератов, выполнении тестовых работ. Степень освоения каждой темы определяется преподавателем в ходе обсуждения ответов студентов.

#### Самостоятельная работа

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Самостоятельная работа студентов играет важную роль в воспитании сознательного отношения самих студентов к овладению теоретическими и практическими знаниями, привитии им привычки к направленному интеллектуальному труду. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. Изучение литературы следует начинать с освоения соответствующих разделов дисциплины в учебниках, затем ознакомиться с монографиями или статьями по той тематике, которую изучает студент, и после этого – с брошюрами и статьями, содержащими материал, дающий углубленное представление о тех или иных аспектах рассматриваемой проблемы. Для расширения знаний по дисциплине студенту необходимо использовать Интернет-ресурсы и специализированные базы данных: проводить поиск в различных системах и использовать материалы сайтов, рекомендованных преподавателем на лекционных занятиях.

#### Подготовка к сессии

Основными ориентирами при подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине являются конспект лекций и перечень рекомендуемой литературы. При подготовке к сессии студенту следует так организовать учебную работу, чтобы перед первым днем начала сессии были сданы и защищены все практические работы. Основное в подготовке к сессии – это повторение всего материала курса, по которому необходимо пройти аттестацию. При подготовке к сессии следует весь объем работы распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнения работы.

## **6. Фонды оценочных средств для текущего контроля успеваемости,**

## промежуточной аттестации и самоконтроля по итогам освоения дисциплины

Технология оценивания компетенций фондами оценочных средств:

- формирование критериев оценивания компетенций;
- ознакомление обучающихся в ЭИОС с критериями оценивания конкретных типов оценочных средств;
- оценивание компетенций студентов с помощью оценочных средств;
- публикация результатов освоения ОПОП в личном кабинете в ЭИОС обучающегося;

### Тест для формирования «ОПК-5.1»

Вопрос №1 .

Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров

*Варианты ответов:*

1. почтовая реклама
2. наружная реклама
3. подарочные изделия
4. рекламные сувениры

Вопрос №2 . Прямая реклама использует следующие формы:

*Варианты ответов:*

1. письма, открытки
2. каталоги, проспекты
3. рекламные ТВ-ролики
4. календари

Вопрос №3 .

Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии насыщения рынка товаром фирмы:

*Варианты ответов:*

1. информативная реклама
2. побудительная реклама
3. напоминающая реклама

Вопрос №4 .

Допускается ли реклама товаров, если продажа их требует лицензии, но она не получена:

*Варианты ответов:*

1. да
2. нет
3. частично

Вопрос №5 .

При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя:

*Варианты ответов:*

1. реклама в прессе
2. печатная реклама
3. реклама на месте продаж

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий



Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
---------	--

### Выполнение реферата для формирования «ОПК-5.2»

1. Становление рекламной деятельности и ее правового регулирования за рубежом
2. Особенности формирования средств рекламной деятельности в России
3. Общественные отношения и рекламное законодательство
4. Рекламные отношения, регулируемые нормами международного права
5. Понятие и признаки рекламы в праве
6. Виды рекламы: юридические основания классификации
7. Правовые аспекты рекламы в торговле
8. Реклама, как предпринимательская деятельность
9. Источники правового регулирования рекламной деятельности
10. Актуальные вопросы развития законодательства о рекламе
11. Требования законодательства к рекламированию финансовых услуг, ценных бумаг, услуг по заключению договоров ренты и практика его применения
12. Полномочия и деятельность антимонопольных органов по контролю за рекламой
13. Государственный контроль в рекламной деятельности
14. Саморегулирование в рекламе
15. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе
16. Порядок рассмотрения споров о нарушении законодательства о рекламе
17. Правовое регулирование рекламы за рубежом

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате
Удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа
Хорошо	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области
Отлично	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме

### Выполнение реферата для формирования «ОПК-5.2»

Требования законодательства к рекламированию финансовых услуг, ценных бумаг, услуг по заключению договоров ренты и практика его применения

Полномочия и деятельность антимонопольных органов по контролю за рекламой

Государственный контроль в рекламной деятельности

Саморегулирование в рекламе

Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе

## Порядок рассмотрения споров о нарушении законодательства о рекламе

### Правовое регулирование рекламы за рубежом

#### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате
Удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа
Хорошо	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области
Отлично	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме

#### Выполнение реферата для формирования «ОПК-5.2»

Общие требования законодательства к рекламе

Ненадлежащая реклама и ее правовые последствия

Защита прав потребителя от ненадлежащей рекламы

Требования законодательства к рекламированию на телевидении и практика его применения.

Требования законодательства к рекламированию на радио и практика его применения

Требования законодательства к рекламированию в печати, кино, видеообслуживании и практика его применения

Требования законодательства к наружной рекламе, рекламе на транспорте и практика его применения

Требования законодательства к рекламе алкогольной продукции, табака и практика его применения

Требования законодательства к рекламе лекарств, медицинских услуг, биологических, пищевых добавок, продуктов детского питания и практика его применения

Требования законодательства к рекламированию продукции военного назначения, осуществляемых на риске игр, пари и практика его применения

#### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате

Удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа
Хорошо	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области
Отлично	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме

### Выполнение реферата для формирования «ОПК-5.2»

Этика и право в рекламе

Проблемы рекламных правоотношений

Правовое положение участников рекламной деятельности

Правовые основы организации рекламного агентства (отдела)

Правовое регулирование рекламных воздействий на выставках и ярмарках

Основания возникновения и виды обязательств по оказанию рекламных услуг

Договор на оказание рекламных услуг

Реклама и защита интеллектуальной собственности

Защита прав авторов в рекламе

Охрана коммерческой тайны и проблема рекламирования

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате
Удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа
Хорошо	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области
Отлично	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме

## Тест для формирования «УК-2.1»

Вопрос №1 .

Реклама не должна:

*Тип ответа:* Многие из многих

*Варианты ответов:*

1. призывать к насилию и жестокости
2. содержать информацию эротического характера
3. содержать информацию порнографического характера
4. размещаться на транспортных средствах

Вопрос №2 .

В рекламе не допускается:

*Варианты ответов:*

1. демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции
2. использование знаменитых актёров или других известных лиц
3. прерывание рекламными роликами телепрограмм и телепередач, а также художественных фильмов
4. использование несовершеннолетних и животных

Вопрос №3 .

Реклама в соответствии с Федеральным законом "О рекламе" это:

*Варианты ответов:*

1. Представление
2. Информация
3. Деятельность
4. Продукт

Вопрос №4 .

Федеральный закон "О рекламе" не распространяется на:

*Варианты ответов:*

1. политическую рекламу
2. коммерческую рекламу
3. социальную рекламу
4. ненадлежащую рекламу

Вопрос №5 .

Признаками рекламы являются:

*Варианты ответов:*

1. информативность
2. содержательность
3. привлечение внимания к объекту
4. доступность

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

## Выполнение реферата для формирования «УК-2.2»

1. Становление рекламной деятельности и ее правового регулирования за рубежом
2. Особенности формирования средств рекламной деятельности в России
3. Общественные отношения и рекламное законодательство
4. Рекламные отношения, регулируемые нормами международного права
5. Понятие и признаки рекламы в праве
6. Виды рекламы: юридические основания классификации
7. Правовые аспекты рекламы в торговле
8. Реклама, как предпринимательская деятельность
9. Источники правового регулирования рекламной деятельности
10. Актуальные вопросы развития законодательства о рекламе
11. Требования законодательства к рекламированию финансовых услуг, ценных бумаг, услуг по заключению договоров ренты и практика его применения
12. Полномочия и деятельность антимонопольных органов по контролю за рекламой
13. Государственный контроль в рекламной деятельности
14. Саморегулирование в рекламе
15. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе
16. Порядок рассмотрения споров о нарушении законодательства о рекламе
17. Правовое регулирование рекламы за рубежом

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате
Удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа
Хорошо	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области
Отлично	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме

## Выполнение реферата для формирования «УК-2.2»

Требования законодательства к рекламированию финансовых услуг, ценных бумаг, услуг по заключению договоров ренты и практика его применения

Полномочия и деятельность антимонопольных органов по контролю за рекламой

Государственный контроль в рекламной деятельности

Саморегулирование в рекламе

Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе

Порядок рассмотрения споров о нарушении законодательства о рекламе

**Критерии оценки выполнения задания**

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате
Удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа
Хорошо	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области
Отлично	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме

**Выполнение реферата для формирования «УК-2.2»**

Общие требования законодательства к рекламе

Ненадлежащая реклама и ее правовые последствия

Защита прав потребителя от ненадлежащей рекламы

Требования законодательства к рекламированию на телевидении и практика его применения.

Требования законодательства к рекламированию на радио и практика его применения

Требования законодательства к рекламированию в печати, кино, видеообслуживании и практика его применения

Требования законодательства к наружной рекламе, рекламе на транспорте и практика его применения

Требования законодательства к рекламе алкогольной продукции, табака и практика его применения

Требования законодательства к рекламе лекарств, медицинских услуг, биологических, пищевых добавок, продуктов детского питания и практика его применения

Требования законодательства к рекламированию продукции военного назначения, осуществляемых на риске игр, пари и практика его применения

**Критерии оценки выполнения задания**

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате

Удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа
Хорошо	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области
Отлично	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме

### Выполнение реферата для формирования «УК-2.2»

Этика и право в рекламе

Проблемы рекламных правоотношений

Правовое положение участников рекламной деятельности

Правовые основы организации рекламного агентства (отдела)

Правовое регулирование рекламных воздействий на выставках и ярмарках

Основания возникновения и виды обязательств по оказанию рекламных услуг

Договор на оказание рекламных услуг

Реклама и защита интеллектуальной собственности

Защита прав авторов в рекламе

Охрана коммерческой тайны и проблема рекламирования

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате
Удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа
Хорошо	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области
Отлично	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме

## Презентация для формирования «УК-2.3»

1. Понятие и признаки рекламы. Рекламная информация.
2. Понятия объекта рекламирования и товара.
3. Товары, реклама которых запрещена в РФ.
4. Общие и специальные требования к рекламе.
5. Субъекты рекламной деятельности.
6. Правовой статус рекламодателя.
7. Правовой статус рекламопроизводителя.
8. Правовой статус рекламораспространителя.
9. Правовой статус спонсора.
10. Договоры в сфере рекламы.
11. Понятие и содержание недобросовестной рекламы.
12. Понятие и содержание недостоверной рекламы.
13. Защита несовершеннолетних в рекламе.

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	В презентации не раскрыто содержание представляемой темы; имеются фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки. Не представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем не соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Удовлетворительно	Презентация включает менее 8 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, нечетко определена структура презентации, имеются содержательные, орфографические и стилистические ошибки (более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Хорошо	Презентация включает менее 12 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, имеются незначительные содержательные, орфографические и стилистические ошибки (не более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в полной мере соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Отлично	Презентация включает не менее 12 слайдов основной части. В презентации полностью и глубоко раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, отсутствуют фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки, представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении

## Презентация для формирования «УК-2.3»

Специфика телевизионной рекламы

Современная Интернет-реклама

Виды и группы POS-материалов

Современная торговая и коммерческая реклама

Социальная реклама в России

Политическая реклама: отечественный и зарубежный опыт



Проблемы психологического воздействия рекламы на потребителя через СМИ

Проблема манипулирования в рекламе

Проблемы философии рекламной деятельности

Методы тестирования эффективности рекламной деятельности в СМИ

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	В презентации не раскрыто содержание представляемой темы; имеются фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки. Не представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем не соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Удовлетворительно	Презентация включает менее 8 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, нечетко определена структура презентации, имеются содержательные, орфографические и стилистические ошибки (более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Хорошо	Презентация включает менее 12 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, имеются незначительные содержательные, орфографические и стилистические ошибки (не более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в полной мере соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Отлично	Презентация включает не менее 12 слайдов основной части. В презентации полностью и глубоко раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, отсутствуют фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки, представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении

### Презентация для формирования «УК-2.3»

СМИ в системе Паблик Рилейшнз

Основные виды PR-материалов для прессы

Методика проведения пресс-конференции

Выставки и ярмарки как метод PR-деятельности

Использование печатной продукции в целях PR

Вербальные технологии Паблик Рилейшнз

Организации работы PR-служб

Правовое регулирование связей с общественностью в России и за рубежом

Этические кодексы PR-деятельности

Журналистика, реклама и PR: сущностная взаимосвязь и особенности

## Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	В презентации не раскрыто содержание представляемой темы; имеются фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки. Не представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем не соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Удовлетворительно	Презентация включает менее 8 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, нечетко определена структура презентации, имеются содержательные, орфографические и стилистические ошибки (более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Хорошо	Презентация включает менее 12 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, имеются незначительные содержательные, орфографические и стилистические ошибки (не более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в полной мере соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Отлично	Презентация включает не менее 12 слайдов основной части. В презентации полностью и глубоко раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, отсутствуют фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки, представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении

### Презентация для формирования «УК-2.3»

1. Организация работы рекламного агентства
2. Проблемы правового регулирования рекламной деятельности
3. Этические кодексы рекламной деятельности
4. Паблик Рилейшнз в системе массовых коммуникаций
5. Функции Паблик Рилейшнз в СМИ
6. Политический и правительственный ПР
7. ПР в сфере коммерции и финансов
8. ПР в социальной и некоммерческой сферах
9. Кризисные Паблик Рилейшнз
10. Основные методы связей с общественностью в СМИ
11. Концептуальные подходы к сущности культуры
12. Основные концепции и теории права
13. Право в русской философской традиции
14. Правопонимание в период строительства социализма
15. Современные российские концепции правопонимания
16. Понятие и сущность правовой культуры
17. Структура, виды и функции правовой культуры
18. Правосознание как элемент правовой культуры
19. Правовой нигилизм: генезис и содержание
20. Правовой менталитет как феномен правосознания

## Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	В презентации не раскрыто содержание представляемой темы; имеются фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки. Не представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем не соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Удовлетворительно	Презентация включает менее 8 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, нечетко определена структура презентации, имеются содержательные, орфографические и стилистические ошибки (более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Хорошо	Презентация включает менее 12 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, имеются незначительные содержательные, орфографические и стилистические ошибки (не более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в полной мере соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Отлично	Презентация включает не менее 12 слайдов основной части. В презентации полностью и глубоко раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, отсутствуют фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки, представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении

### Презентация для формирования «УК-2.3»

1. Концептуальные подходы к сущности культуры.
2. Основные концепции и теории права.
3. Право в русской философской традиции.
4. Правопонимание в период строительства социализма.
5. Современные российские концепции правопонимания.
6. Понятие и сущность правовой культуры.
7. Структура, виды и функции правовой культуры.
8. Правосознание как элемент правовой культуры.
9. Правовой нигилизм: генезис и содержание.
10. Правовой менталитет как феномен правосознания.
11. Культурно-исторический аспект развития правовой культуры и правового сознания.

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	В презентации не раскрыто содержание представляемой темы; имеются фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки. Не представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем не соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении

Удовлетворительно	Презентация включает менее 8 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, нечетко определена структура презентации, имеются содержательные, орфографические и стилистические ошибки (более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Хорошо	Презентация включает менее 12 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, имеются незначительные содержательные, орфографические и стилистические ошибки (не более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в полной мере соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Отлично	Презентация включает не менее 12 слайдов основной части. В презентации полностью и глубоко раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, отсутствуют фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки, представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении

### **Вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

#### *Тема 1. Понятие и виды рекламы. Законодательство о рекламе*

1. Понятие рекламы
2. Виды рекламы
3. Законодательство Российской Федерации о рекламе

#### *Тема 2. Общие требования к рекламе*

4. Общие требования к рекламе
5. Запреты в рекламе

#### *Тема 3. Защита несовершеннолетних в рекламе*

6. Защита несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта в рекламе

#### *Тема 4. Понятие и виды ненадлежащей рекламы*

7. Недобросовестная реклама
8. Недостоверная реклама
9. Заведомо ложная реклама
10. Неэтичная реклама
11. Общественно опасная реклама

#### *Тема 5. Правовое регулирование отдельных способов распространения рекламы*

12. Требования, предъявляемые к телевизионной рекламе
13. Требования, предъявляемые к печатной рекламе
14. Требования, предъявляемые к радиорекламе
15. Требования, предъявляемые к рекламе в Интернете
16. Требования, предъявляемые к наружной рекламе
17. Требования, предъявляемые к рекламе с использованием транспортных средств

#### *Тема 6. Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров*

18. Требования, предъявляемые к рекламе алкогольной продукции
19. Требования, предъявляемые к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий, биологически активных добавок и продуктов детского питания
20. Требования, предъявляемые к рекламе основанных на риске игр, пари
21. Требования, предъявляемые к рекламе финансовых услуг и финансовой деятельности

22. Требования, предъявляемые к рекламе ценных бумаг

*Тема 7. Правовой статус субъектов рекламной деятельности*

23. Понятие, права и обязанности рекламодателя

24. Понятие, права и обязанности рекламопроизводителя

25. Понятие, права и обязанности рекламораспространителя

*Тема 8. Саморегулирование в сфере рекламы*

26. Понятие и формы саморегулирования в сфере рекламы

27. Акты саморегулирования в сфере рекламы

28. Права саморегулируемой организации в сфере рекламы

29. Акты саморегулирования в сфере рекламы

*Тема 9. Государственный надзор в сфере рекламы*

30. Права антимонопольного органа при осуществлении государственного надзора в сфере рекламы

31. Субъекты представления информации в антимонопольный орган

32. Предмет проверки

33. Основания для проведения внеплановой проверки

34. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе

*Тема 10. Ответственность за нарушение рекламного законодательства*

35. Основания и условия наступления гражданско-правовой ответственности за ненадлежащую рекламу.

36. Основания и условия наступления административной ответственности за ненадлежащую рекламу.

37. Ответственность субъектов рекламной деятельности за инициативу, создание и распространение ненадлежащей рекламы.

**Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины**

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/Незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

**7. Ресурсное обеспечение дисциплины**

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Microsoft Windows (лицензионное программное обеспечение)</li> <li>2. Microsoft Office (лицензионное программное обеспечение)</li> <li>3. Google Chrome (свободно распространяемое программное обеспечение)</li> <li>4. Kaspersky Endpoint Security (лицензионное программное обеспечение)</li> <li>5. AnyLogic (свободно распространяемое программное обеспечение)</li> <li>6. ArgoUML (свободно распространяемое программное обеспечение)</li> <li>7. ARIS EXPRESS (свободно распространяемое программное обеспечение)</li> <li>8. Erwin (свободно распространяемое программное обеспечение)</li> <li>9. Inkscape (свободно распространяемое программное обеспечение)</li> <li>10. iTALC (свободно распространяемое программное обеспечение)</li> <li>11. Maxima (свободно распространяемое программное обеспечение)</li> <li>12. Microsoft SQL Server Management Studio (лицензионное программное обеспечение)</li> <li>13. Microsoft Visio (лицензионное программное обеспечение)</li> <li>14. Microsoft Visual Studio (лицензионное программное обеспечение)</li> <li>15. MPLAB (свободно распространяемое программное обеспечение)</li> <li>16. Notepad++ (свободно распространяемое программное обеспечение)</li> <li>17. Oracle VM VirtualBox (свободно распространяемое программное обеспечение)</li> <li>18. Paint .NET (свободно распространяемое программное обеспечение)</li> <li>19. SciLab (свободно распространяемое программное обеспечение)</li> <li>20. WinAsm (свободно распространяемое программное обеспечение)</li> <li>21. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства)</li> <li>22. GNS 3 (свободно распространяемое программное обеспечение)</li> <li>23. Спутник (свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства)</li> <li>24. «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионное программное обеспечение)</li> </ol>
Современные профессиональные базы данных	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства)</li> <li>2. <a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a> (ресурсы открытого доступа)</li> </ol>
Информационные справочные системы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа)</li> <li>2. <a href="https://www.rsl.ru">https://www.rsl.ru</a> - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа)</li> <li>3. <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа)</li> <li>4. <a href="https://zbmath.org">https://zbmath.org</a> - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)</li> </ol>
Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a> - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"</li> <li>2. <a href="https://openedu.ru">https://openedu.ru</a> - «Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа)</li> <li>3. <a href="http://www.advertme.ru/psi">http://www.advertme.ru/psi</a></li> <li>4. <a href="http://www.advesti.ru">http://www.advesti.ru</a></li> <li>5. <a href="http://www.government.gov.ru">www.government.gov.ru</a></li> </ol>

<p>Материально-техническое обеспечение</p>	<p>Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, обеспеченные наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.</p> <p>Лаборатории и кабинеты:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Лаборатория информатики Компьютерный класс, включая оборудование: Комплекты учебной мебели, демонстрационное оборудование – проектор и компьютер, учебно-наглядные пособия, доска, персональные компьютеры.</li> <li>2. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, включая оборудование: комплекты учебной мебели, демонстрационное оборудование – проектор и компьютер, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, доска</li> <li>3. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, включая оборудование: комплекты учебной мебели, демонстрационное оборудование – проектор и компьютер, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, трибуна для преподавателя, аудиосистема</li> </ol>
--	---

## 8. Учебно-методические материалы

№	Автор	Название	Издательство	Год издания	Вид издания	Кол-во в библиотеке	Адрес электронного ресурса	Вид доступа
1	2	3	4	5	6	7	8	9
9.1 Основная литература								
9.1.1	Эриашвили Н.Д. Романов А.А. Васильев Г.А. Апаликов Н.С. Свиридова Е.А. Линев А.Н.	Правовое регулирование рекламной деятельности	ЮНИТИ-ДАНА	2017	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/81824.html">http://www.iprbookshop.ru/81824.html</a>	по логину и паролю
9.1.2	Голуб О.Ю.	Социальная реклама	Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2017	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/57123.html">http://www.iprbookshop.ru/57123.html</a>	по логину и паролю
9.1.3	Евстафьев В.А. Пасютина Е.Э.	История российской рекламы. Современный период	Дашков и К	2017	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/70829.html">http://www.iprbookshop.ru/70829.html</a>	по логину и паролю
9.2 Дополнительная литература								
9.2.1	Бердышев С.Н.	Эффективная наружная реклама (2-е издание)	Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2017	практическое пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/57030.html">http://www.iprbookshop.ru/57030.html</a>	по логину и паролю
9.2.2	Ушанов П.В.	Реклама в телевизионной программе	Ай Пи Эр Медиа	2017	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/66628.html">http://www.iprbookshop.ru/66628.html</a>	по логину и паролю

## 9. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В МФЮА созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в МФЮА созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в университете комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<http://www.mfua.ru/sveden/objects/#objects>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой МФЮА по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться;
- педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются;
- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;
- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).



Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

Год начала подготовки студентов - 2021