

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.10.2024 14:31:41
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034b1679172803da5b7b559c69e2

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБЛАСТНОЙ УНИВЕРСИТЕТ
(МГОУ)

Кафедра гражданского права

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры гражданского права
Протокол от «15» мая 2024 г. № 1
И.о. зав. кафедрой Левушкин
/А.Н. Левушкин/

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине
Договоры в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта

Направление подготовки
40.03.01 Юриспруденция

Профиль:
Уголовно-правовой

Мытищи
2020

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоение образовательной программы
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
3. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоение образовательной программы

Код и наименование Компетенции	Этапы формирования
ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию;	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа;
ПК-2 способностью осуществлять профессиональную деятельность на основе развитого правосознания, правового мышления и правовой культуры;	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа;
ПК-7 владением навыками подготовки юридических документов.	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оцениваемые компетенции	Уровень сформированности	Этап формирования	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ОК-7	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	<p>Знать: -основные закономерности и формы регуляции социального взаимодействия в ходе осуществления профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: -анализировать социальную структуру на уровне общества и организации; -анализировать конкретные социальные ситуации на производстве, в семье, в коллективе, выявлять существующие социальные проблемы.</p> <p>Владеть:</p>	<p>Доклад, опрос, конспект</p> <p>зачет</p>	41-60 баллов

			-методами проведения социологического исследования;		
	продвинутый	1.Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: -основные закономерности и формы регуляции социального взаимодействия в ходе осуществления профессиональной деятельности. Уметь: -анализировать социальную структуру на уровне общества и организации; -анализировать конкретные социальные ситуации на производстве, в семье, в коллективе, выявлять существующие социальные проблемы. Владеть: -методами проведения социологического исследования; -приемами самостоятельной проектной работы.	Доклад, презентация, конспект опрос, зачет	61-100 баллов
ПК-2	Пороговый	1.Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать ценность права, правового мышления и правовой культуры; Уметь вести профессиональную деятельность осознавая ценность права, обладая правовой культурой и правовым мышлением; Владеть правовым мышлением и правовой культурой для осуществления профессиональной деятельности	Доклад, опрос, конспект зачет	41-60 баллов
	продвинутый	1.Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать ценность права, правового мышления и правовой культуры; Особенности государственного и правового развития России Роль государства и права в политической системе общества, в общественной жизни; Уметь вести профессиональную деятельность осознавая ценность права, обладая правовой культурой и правовым мышлением; анализировать особенности госу-	Доклад, презентация, опрос, конспект зачет	61-100 баллов

			<p>дарственного и правового развития России</p> <p>оценивать характер и степень влияния государства на политическую систему общества и общественную жизнь</p> <p>Владеть</p> <p>правовым мышлением и правовой культурой для осуществления профессиональной деятельности</p> <p>навыками применения результатов анализа особенностей государственного и правового развития России в профессиональной деятельности</p> <p>навыками оценки роли государства и права в политической системе общества и общественной жизни</p>		
ПК-7	Пороговый	<p>1. Работа на учебных занятиях</p> <p>2. Самостоятельная работа</p>	<p>Знать</p> <p>систему юридических документов</p> <p>Уметь</p> <p>Анализировать систему юридических документов</p> <p>Владеть</p> <p>приемами систематизации юридических документов</p>	<p>Доклад, опрос, конспект</p> <p>зачет</p>	41-60 баллов
	продвинутый	<p>1. Работа на учебных занятиях</p> <p>2. Самостоятельная работа</p>	<p>Знать</p> <p>систему юридических документов</p> <p>приемы подготовки юридических документов</p> <p>требования к документообороту в профессиональной деятельности</p> <p>Уметь</p> <p>Анализировать систему юридических документов</p> <p>самостоятельно разрабатывать юридические документы</p> <p>оценивать процессы документооборота в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть</p> <p>приемами систематизации юридических документов</p> <p>навыками самостоятельной подготовки юридических документов</p> <p>Самостоятельно организовать документооборот в профессиональной деятельности</p>	<p>Доклад, презентация, опрос, конспект</p> <p>зачет</p>	61-100 баллов

3. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Изучение дисциплины "Договоры в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта" осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки студентов. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практическое занятие; консультация преподавателя (индивидуальная); доклады и их обсуждение, подготовка презентаций; проведение опроса. При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий, в том числе проблемного и проблемно-деятельностного обучения. Сущность проблемно-деятельностного обучения заключается в том, что в процессе учебных занятий создаются специальные условия, в которых обучающийся, опираясь на приобретенные знания, мысленно и практически действует в целях поиска и обоснования наиболее оптимальных вариантов ее решения. Создается проблемная ситуация (задача), студенты знакомятся с ситуацией, анализируют ее, выделяют лежащее в ее основе противоречие, создают и обосновывают модель своих возможных действий по разрешению проблемной ситуации, пробуют разрешить возникшую проблему на основе имеющихся у них знаний, выстраивают модель своих действий по ее решению. Данный вид обучения возможен в рамках проведения дискуссий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- прослушивание лекционного курса;
- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;

Помимо устного изложения материала в процессе лекций предполагается использовать визуальную поддержку в виде мультимедийных презентаций содержания лекции, отражающих основные тезисы, понятия, схемы, иллюстрации, выдержки из учебных и документальных фильмов по теме лекции.

Вопросы для опроса

1. Общий подход к пониманию регламентирования рекламной деятельности
2. Государственное регулирование рекламной деятельности
3. Саморегулирование рекламной деятельности
4. Рекламное законодательство в России
5. Факторы, влияющие на ответную реакцию потребителя
6. Использование психоанализа и бессознательных мотивов потребителей
7. Восприятие рекламы потребителем
8. Пути воздействия рекламы на потребителя
9. Борьба за внимание потребителя
10. Повышение уровня припоминания сути рекламного обращения
11. Окружающая среда и потребитель
12. Отношение потребителя к рекламе
13. Условия появления международной рекламы
14. Причины, по которым не может быть единой рекламы
15. Адаптация международной рекламы к местным национальным условиям
16. Стратегия и тактика международной рекламы
17. Методы использования национальных СМИ в международной рекламе
18. Формы обслуживания международной рекламы
19. Защита прав на результаты интеллектуальной деятельности;
20. Защита авторских и смежных прав;

21. Защита чести и достоинства, деловой репутации в судебном и досудебном порядке;
22. Анализ и разработка договоров авторского заказа на разработку литературных, музыкальных произведений, съемку видео-клипов, рекламных роликов;
23. Комплексное правовое сопровождение процесса съемки кинофильмов, сериалов, ток-шоу, реалити-шоу;
24. Особенности договоров на проведение и участие в кастинге;
25. Особенности договоров на проведение мероприятий;
26. Особенности договоров с PR-агентствами на оказание PR-услуг;
27. Особенности инвестиционных контрактов (договоры со спонсорами и продюсерскими центрами);
28. Особенности договоров участия в видеосъемках;
29. Особенности соглашений об отчуждении прав на объекты интеллектуальной собственности;
30. Особенности лицензионных соглашений;

Темы презентаций

1. Специфика регулирования рекламной деятельности.
2. Этические вопросы рекламы.
3. Формы негосударственного регулирования рекламной деятельности.
4. Саморегулирование рекламной деятельности.
5. Государственное регулирование рекламной деятельности.
6. Международное регулирование рекламной деятельности.
7. Международный кодекс рекламной практики.
8. Правовые способы борьбы с недобросовестной рекламой.
9. Субъекты рекламно-предпринимательской деятельности, правовые условия для ее начала и порядок прекращения.
10. Организационно-правовые и организационно-функциональные формы участников рекламных правоотношений, имущественная основа их деятельности.
11. Объекты рекламирования, их виды, условия распространения и соотношение с объектами гражданских прав.
12. Ненадлежащая реклама и ее виды.
13. Требования к содержанию рекламы, правовые последствия их нарушения.
14. Защита прав несовершеннолетних в рекламе.
15. Товары, реклама которых не допускается

Темы докладов

1. Взаимоотношения рекламы и общества
2. Виды каналов распространения рекламы
3. Основные каналы распространения рекламы
4. Немедийные средства рекламы
5. Психологические аспекты рекламы
6. Особенности создания рекламных продуктов в зависимости от канала распространения рекламы
7. Какова специфика продюсирования в театральном искусстве?
8. Телепродюсер: особенности его деятельности.
9. Определите основные признаки интеллектуальной собственности.
10. Соотношение понятий: «Интеллектуальные права и право собственности»
11. Личные неимущественные отношения.
12. Конституционные основы регулирования интеллектуальной собственности.
13. Соотношение авторского права и исключительного права.

14. Признаки права автора.
15. Срок действия авторского права.
16. Имущественные права авторов, их виды и характеристика.
17. Личные неимущественные права авторов, их виды.
18. Порядок свободного использования произведений и его особенности.
19. Общая характеристика договора о передаче авторских прав.
20. Право авторства и право исполнительства.
21. Право на защиту репутации.
22. особенности права на воспроизведение, переработку, распространение, публичный показ, публичное исполнение.
23. Срок действия интеллектуальных прав и его особенности
24. Ограничение исключительных прав.

Вопросы для зачета

1. Особенности формирования средств рекламной деятельности в России.
2. Общественные отношения и рекламное законодательство.
3. Становление рекламной деятельности и ее правового регулирования за рубежом.
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. Этика и право в рекламе.
12. Проблемы рекламных правоотношений.
13. Правовое положение участников рекламной деятельности.
14. Правовые основы организации рекламного агентства (отдела).
15. Правовое регулирование рекламных воздействий на выставках и ярмарках.
16. Основания возникновения и виды обязательств по оказанию рекламных услуг.
17. Договор на оказание рекламных услуг.
18. Реклама и защита интеллектуальной собственности.
19. Защита прав авторов в рекламе.
20. Охрана коммерческой тайны и проблема рекламирования.
21. Общие требования законодательства к рекламе.
22. Ненадлежащая реклама и ее правовые последствия.
23. Защита прав потребителя от ненадлежащей рекламы.
24. Требования законодательства к рекламированию на телевидении и практика его применения.
25. Каковы особенности создания имиджа в шоу-бизнесе?
26. Роль скандалов, сплетен, слухов в технологии создания «звезды».
27. Что означает понятие «авторское право»?
28. Какие объекты интеллектуальной собственности вы знаете?
29. Что такое «пиратство» в сфере шоу-бизнеса? Какие меры используются для борьбы с ним?
30. Какие особенности имеет защита авторских прав в сфере шоу-бизнеса?
31. Чем обусловлена необходимость соблюдения этических норм в сфере шоу-бизнеса?
32. Что означает понятие «продюсерский центр»?
33. Сущность и роль продюсерских центров как многофункциональных организаций.

34. Требования законодательства к рекламированию на радио и практика его применения.
35. Требования законодательства к рекламированию в печати, кино, видеообслуживании и практика его применения.
36. Требования законодательства к наружной рекламе, рекламе на транспорте и практика его применения.
37. Требования законодательства к рекламе алкогольной продукции, табака и практика его применения.
38. Требования законодательства к рекламе лекарств, медицинских услуг, биологических, пищевых добавок, продуктов детского питания и практика его применения.
39. Требования законодательства к рекламированию продукции военного назначения, осуществляемых на риске игр, пари и практика его применения.
40. Требования законодательства к рекламированию финансовых услуг, ценных бумаг, услуг по заключению договоров ренты и практика его применения.
41. Полномочия и деятельность антимонопольных органов по контролю за рекламой.
42. Государственный контроль в рекламной деятельности.
43. Саморегулирование в рекламе.
44. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
45. Порядок рассмотрения споров о нарушении законодательства о рекламе.
46. Правовое регулирование рекламы за рубежом.
47. Особенности франчайзинга в шоу-бизнесе.
48. Аутсорсинг как средство повышения эффективности бизнеса
49. Рекламная коммуникационная система и основные субъекты рекламного рынка
50. Особенности продюсирования в музыкальной индустрии.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Распределение баллов по видам работ:

вид работы	кол-во баллов (максимальное значение)
конспекты	20
опрос	20
презентация	20
доклад	20
Зачет	20

Конспекты лекций оцениваются:

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
конспекты лекций по темам 1-4	В содержании конспектов соблюдена логика изложения вопросов темы; материал изложен в полном объеме; выделены ключевые моменты вопроса материал изложен понятным языком; формулы написаны четко и с пояснениями; схе-	20

	мы, таблицы, графики, рисунки снабжены пояснениями выполнены в соответствии с предъявляемыми требованиями; к ним даны все необходимые пояснения; приведены примеры, иллюстрирующие ключевые моменты темы	
	В содержании конспектов не соблюден литературный стиль изложения, прослеживается неясность и нечеткость изложения, иллюстрационные примеры приведены не в полном объеме.	10
	Конспекты составлены небрежно и неграмотно, имеются нарушения логики изложения материала тем, не приведены иллюстрационные примеры, не выделены ключевые моменты темы	5
	Конспекты отсутствуют	0

Опрос оценивается:

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
опрос	Свободное владение материалом	10
	Достаточное усвоение материала	7
	Поверхностное усвоение материала	4
	Неудовлетворительное усвоение материала	0

Максимальное количество баллов – 20.

Шкала оценивания доклада

Критерии оценивания	Максимальное количество баллов
Содержание доклада соответствует его названию. Доклад оформлен в соответствии с требованиями. В тексте полностью раскрыты ключевые аспекты проблемы, содержится список литературы. Студент хорошо ориентируется в тексте доклада и рассматриваемой проблеме, самостоятельно отвечает на вопросы, не пользуясь текстом доклада или прибегая к нему в минимальном объеме, иллюстрирует свой ответ практическими примерами, делает необходимые обоснованные выводы.	8-10
Содержание доклада соответствует его названию. Доклад оформлен в соответствии с требованиями. В тексте раскрыты ключевые аспекты проблемы, содержится список литературы. Студент ориентируется в тексте доклада и рассматриваемой проблеме, отвечает на вопросы, пользуясь текстом доклада, делает необходимые выводы.	5-7
Содержание доклада соответствует его названию. Доклад оформлен в соответствии с требованиями, содержит список литературы. Студент отвечает на вопросы, пользуясь текстом доклада, делает необходимые обоснованные выводы при условии оказания наводящей помощи.	2-4
Содержание доклада соответствует его названию. Доклад оформлен в соответствии с требованиями, содержит список литературы. Студент	1

отвечает на вопросы, только путем обращения к тексту доклада, делает необходимые выводы только при условии оказания ему активной помощи.	
Содержание доклада не соответствует его названию, не раскрывает рассматриваемый вопрос. Оформление не соответствует необходимым требованиям. В тексте доклада студент не ориентируется, не может дать необходимых разъяснений по тексту.	0

Максимальное количество баллов – 20.

Шкала оценивания презентации

Критерии оценивания	Максимальное количество баллов
Содержание соответствует поставленным цели и задачам, изложение материала отличается логичностью и смысловой завершенностью, студент показал владение материалом, умение четко, аргументировано и корректно отвечать на поставленные вопросы, отстаивать собственную точку зрения.	20
Содержание презентации недостаточно полно раскрывает цели и задачи темы, работа выполнена на недостаточно широкой базе источников и не учитывает новейшие достижения, изложение материала носит преимущественно описательный характер, студент показал достаточно уверенное владение материалом, однако недостаточное умение четко, аргументировано и корректно отвечать на поставленные вопросы и отстаивать собственную точку зрения.	10
Содержание презентации не отражает особенности проблематики избранной темы, не соответствует полностью поставленным задачам, база источников является фрагментарной и не позволяет качественно решить все поставленные в работе задачи, работа не учитывает новейшие достижения историографии темы, студент показал неуверенное владение материалом, неумение отстаивать собственную позицию и отвечать на вопросы.	5
Работа не имеет логичной структуры, содержание работы в основном не соответствует теме, база источников работы является недостаточной для решения поставленных задач, студент показал неуверенное владение материалом, неумение формулировать собственную позицию.	0

Зачет оценивается:

Уровень оценивания	Критерий оценивания	Баллы
зачет	Полный и правильный ответ на теоретический вопрос; полное и правильное решение задачи.	20
	Теоретический вопрос изложен достаточно; задача решена при незначительных ошибках.	10
	Теоретический вопрос изложен неполно; задача решена не полностью либо с существенными ошибками.	5
	Теоретический вопрос изложен плохо или с грубыми	0

	ошибками; задача не решена.	
--	-----------------------------	--

Оценка за *зачет* выставляется с учётом всех видов работ, осуществленных студентом при освоении дисциплины, в том числе посещаемость студентом лекционных занятий, выполнение работ, задаваемых к практическим занятиям, и прочее.

Оценка по 5-балльной системе экзамена	Оценка по 100-балльной системе
<i>зачтено</i>	41 – 100
<i>не зачтено</i>	0 - 40