

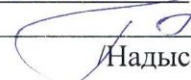
Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.03.2023 09:11:37
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bfff679172803da5b7b559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ»
(ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ)

Юридический факультет
Кафедра гражданского права

Согласовано
деканом факультета

«15» июня 2023 г.


/Надысева Э.Х./

Рабочая программа дисциплины

Договоры в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта

Направление подготовки
40.03.01 Юриспруденция

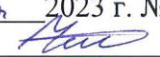
Профиль:
Гражданско - правовой профиль

Квалификация
Бакалавр

Формы обучения
Очная, очно - заочная

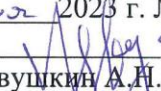
Согласовано учебно-методической комиссией
юридического факультета

Протокол «15» июня 2023 г. № 11

Председатель УМКом 
/Чистяков К.В./

Рекомендовано кафедрой гражданского
права

Протокол от «14» июня 2023 г. № 11

Зав. кафедрой 
/Левушкин А.Н./

Мытищи
2023

Автор-составитель:

Шимко А.В.

Старший преподаватель кафедры конституционного и гражданского права

Рабочая программа дисциплины «Договоры в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 40.03.01 Юриспруденция, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 13.08.2020 г. № 1011.

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. Планируемые результаты обучения	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Объем и содержание дисциплины	4
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся	Ошибка!
Закладка не определена.	
5. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	9
6. Учебно-методическое и ресурсное обеспечение дисциплины	18
7. Методические указания по освоению дисциплины ..	Ошибка! Закладка не определена.
8. Информационные технологии для осуществления образовательного процесса по дисциплине	Ошибка! Закладка не определена.
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	Ошибка! Закладка не определена.

1. Планируемые результаты обучения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины:

- формирование у обучающихся общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в процессе изучения и применения законодательства, в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта;

- изучение правового положения участников договорных отношений в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта.

Задачи дисциплины:

- освоение знаний об основных понятиях договорных отношений в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта;

- выработка умений правильной, работы с нормативно-правовыми актами, регулирующими договорные отношения в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта;

анализировать юридические факты и возникающие в связи с ними общественные отношения и выявлять их связи с нормами гражданского права;

- приобретение навыков работы с системой законодательства, в том числе с помощью справочно-правовых систем; использования различных способов защиты нарушенных или оспоренных прав в договорных отношениях в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта.

1.2. Планируемые результаты обучения

В результате освоения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции

УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности.

СПК-2. Способен квалифицированно применять правовые нормы и принимать правоприменительные акты в конкретных сферах юридической деятельности.

СПК-3. Способен принимать профессиональные решения в пределах своих полномочий, совершать иные действия, связанные с реализацией правовых норм.

СПК-8. Способен к организации и проведению деловых переговоров с участием конфликтующих сторон, и применению примирительных процедур в различных сферах профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, умениях, навыках, полученных в ходе изучения предшествующих дисциплин: «Логика в юридической деятельности», «Гражданское право», «Предпринимательское право», «Трудовое право», «Право интеллектуальной собственности», «Информационные технологии в юридической деятельности» и др.

В свою очередь, данная дисциплина создает основу для изучения последующих дисциплин: «Финансовое право», «Правовые основы деятельности банковской системы в РФ», «Авторское и патентное право», «Право на средства индивидуализации деятельности юридических лиц, товаров, работ и услуг», «Правовая основа предпринимательской деятельности» и др.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины

Показатель объема дисциплины	Форма обучения	
	Очная	Очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	2	2

Объем дисциплины в часах	72	72
Контактная работа:	30,3	20,3
Лекции	10	8
Практические занятия	18	10
из них, в форме практической подготовки	8	6
Контактный часы промежуточной аттестации:	2,3	2,3
Экзамен	0,3	0,3
Предэкзаменационная консультация	2	2
Самостоятельная работа	32	42
Контроль	9,7	9,7

Форма промежуточной аттестации: экзамен в 6 семестре для очной формы;
экзамен в 7 семестре для очно-заочной формы.

3.2. Содержание дисциплины

По очной форме обучения

Наименование разделов (тем) дисциплины с кратким содержанием	Количество часов		
	Лекции	Практические занятия	
		Общее кол-во	из них, в форме прак. подг.
Тема 1. Договоры и их роль для рекламы и шоу-бизнеса и спорта Понятие договора. Особенности договоров в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта Понятие «авторское право». Объекты интеллектуальной собственности вы знаете. Понятие «пиратства» в сфере шоу-бизнеса.	4	4	
Тема 2. Государственное регулирование рекламы, шоу-бизнеса и спорта Государственное регулирование рекламной деятельности. Международное регулирование в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта Международный кодекс рекламной практики. Правовые способы борьбы с недобросовестной рекламой. Методы использования национальных СМИ в международной рекламе Формы обслуживания международной рекламы	2	4	

Тема 3. Реклама, шоу-бизнес и спорт и их влияние на потребителя. Факторы, влияющие на ответную реакцию потребителя Использование психоанализа и бессознательных мотивов потребителей Восприятие рекламы потребителем Пути воздействия рекламы на потребителя Борьба за внимание потребителя Повышение уровня припоминания сути рекламного обращения Окружающая среда и потребитель Отношение потребителя к рекламе	2	6	4
Тема 4. Права авторов, их виды и особенности Имущественные права авторов, их виды и характеристика. Личные неимущественные права авторов, их виды. Общая характеристика договора о передаче авторских прав. Порядок свободного использования произведений и его особенности. Право авторства и право исполнения. Право на защиту репутации.	2	4	4
Итого	10	18	8

По очно-заочной форме обучения

Наименование разделов (тем) дисциплины с кратким содержанием	Количество часов		
	Лекции	Практические занятия	
		Общее кол-во	из них, в форме прак. подг.
Тема 1. Договоры и их роль для рекламы и шоу-бизнеса и спорта Понятие договора. Особенности договоров в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта Понятие «авторское право». Объекты интеллектуальной собственности вы знаете. Понятие «пиратства» в сфере шоу-бизнеса.	2	2	
Тема 2. Государственное регулирование рекламы, шоу-бизнеса и спорта Государственное регулирование рекламной деятельности. Международное регулирование в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта Международный кодекс рекламной практики. Правовые способы борьбы с недобросовестной рекламой. Методы использования национальных СМИ в международной рекламе Формы обслуживания международной рекламы	2	2	

Тема 3. Реклама, шоу-бизнес и спорт и их влияние на потребителя. Факторы, влияющие на ответную реакцию потребителя Использование психоанализа и бессознательных мотивов потребителей Восприятие рекламы потребителем Пути воздействия рекламы на потребителя Борьба за внимание потребителя Повышение уровня припоминания сути рекламного обращения Окружающая среда и потребитель Отношение потребителя к рекламе	2	4	4
Тема 4. Права авторов, их виды и особенности Имущественные права авторов, их виды и характеристика. Личные неимущественные права авторов, их виды. Общая характеристика договора о передаче авторских прав. Порядок свободного использования произведений и его особенности. Право авторства и право исполнения. Право на защиту репутации.	2	2	2
Итого	8	10	6

ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Тема	Задание на практическую подготовку	количество часов
Тема 3. Реклама, шоу-бизнес и спорт и их влияние на потребителя.	Составить модель воздействия рекламы на потребителя	4/4
Тема 4. Права авторов, их виды и особенности	Составить договор о передаче авторских прав. Составить претензию и иск о нарушении авторских прав	4/2
Итого		8/6

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Темы для самостоятельного изучения	Изучаемые вопросы	Количество часов Оч/о ч- заоч	Формы самостоятельной работы	Методические обеспечения	Формы отчетности
Тема 1. Договоры и их роль для рекламы и шоу-бизнеса и спорта	Понятие договора. Особенности договоров в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта Понятие «авторское	8/10	Подготовка к практическим занятиям с помощью учебной литературы, нормативных правовых актов,	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	конспект лекции; опрос; доклад; презентация

	право». Объекты интеллектуальной собственности вы знаете. Понятие «пиратства» в сфере шоу-бизнеса.		Интернет-ресурсов, научно-периодических изданий и пр., соответствующей изученной теме.		
Тема 2. Государственное регулирование рекламы, шоу-бизнеса и спорта	Государственное регулирование рекламной деятельности. Международное регулирование в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта Международный кодекс рекламной практики. Правовые способы борьбы с недобросовестной рекламой. Методы использования национальных СМИ в международной рекламе Формы обслуживания международной рекламы	8/10	Подготовка к практическим занятиям с помощью учебной литературы, нормативных правовых актов, Интернет-ресурсов, научно-периодических изданий и пр., соответствующей изученной теме.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	конспект лекции; опрос; доклад; презентация
Тема 3. Реклама, шоу-бизнес и спорт и их влияние на потребителя.	Факторы, влияющие на ответную реакцию потребителя Использование психоанализа и бессознательных мотивов потребителей Восприятие рекламы потребителем Пути воздействия рекламы на потребителя Борьба за внимание потребителя Повышение уровня припоминания сути рекламного обращения Окружающая среда и потребитель Отношение потребителя к рекламе	8/10	Подготовка к практическим занятиям с помощью учебной литературы, нормативных правовых актов, Интернет-ресурсов, научно-периодических изданий и пр., соответствующей изученной теме.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	конспект лекции; опрос; доклад; презентация, практическая подготовка
Тема 4. Права авторов их виды и особенно-	Имущественные права авторов, их виды и характеристика. Личные неимуще-	8/12	Подготовка к практическим занятиям с помощью учебной литерату-	Учебно-методическое обеспечение	конспект лекции; опрос; доклад;

сти.	ственные права авторов, их виды. Общая характеристика договора о передаче авторских прав. Порядок свободного использования произведений и его особенности. Право авторства и право исполнения. Право на защиту репутации.		ры, нормативных правовых актов, Интернет-ресурсов, научно-периодических изданий и пр., соответствующей изученной теме.	дисциплины	презентация, практическая подготовка
Итого		32/42			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование Компетенции	Этапы формирования
УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности.	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа;
СПК-2. Способен квалифицированно применять правовые нормы и принимать правоприменительные акты в конкретных сферах юридической деятельности.	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа;
СПК-3. Способен принимать профессиональные решения в пределах своих полномочий, совершать иные действия, связанные с реализацией правовых норм.	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа
СПК-8. Способен к организации и проведению деловых переговоров с участием конфликтующих сторон, и применению примирительных процедур в различных сферах профессиональной деятельности.	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа

5.2. 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
УК-11	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях	Знать: - понятие антикоррупционной оговорки в договорах в областях	Конспект лекций, устный	Шкала оценивания конспекта

		тиях 2. Самостоятельная работа	рекламы, шоу-бизнеса и спорта. Уметь: определять коррупционное поведение при заключении и исполнении договоров в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта; - обосновывать необходимость нетерпимого отношения к коррупционному поведению; - определять коррупционные риски при заключении и исполнении договоров в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта.	опрос, презентация	лекций, Шкала оценивания опроса Шкала оценивания презентации
	продви- нутый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: - понятие антикоррупционной оговорки в договорах в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта. Уметь: - определять коррупционное поведение при заключении и исполнении договоров в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта; - обосновывать необходимость нетерпимого отношения к коррупционному поведению; - определять коррупционные риски при заключении и исполнении договоров в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта Владеть: - способностью анализировать и осуществлять толкование и применение правовых норм о противодействии коррупционному поведению возможному при заключении и исполнении договоров в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта.	Доклад, практическая подготовка	Шкала оценивания доклада, Шкала оценивания практической подготовки
СПК-2	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать основные понятия правовых норм и принимать правоприменительные акты в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта Уметь анализировать и грамотно применять правоприменительные акты в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта	Конспект лекций, устный опрос, презентация	Шкала оценивания конспекта лекций, Шкала оценивания опроса Шкала оценивания презентации
	продви-	1. Работа	Знать основные понятия правовых	Доклад,	Шкала

	нутый	на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	норм и принимать правоприменительные акты в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта Уметь анализировать и грамотно применять правоприменительные акты в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта Владеть навыками квалифицированно применять правовые нормы и принимать правоприменительные акты в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта	практическая подготовка	оценивания доклада, Шкала оценивания практической подготовки
СПК-3	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать - государственное регулирование рекламной деятельности; - международное регулирование в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта; - международный кодекс рекламной практики; правовые способы борьбы с недобросовестной рекламой. Уметь - принимать решения при заключении договоров в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта.	Конспект лекций, устный опрос, презентация	Шкала оценивания конспекта лекций, Шкала оценивания опроса Шкала оценивания презентации
	продвинутый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать - государственное регулирование рекламной деятельности; - международное регулирование в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта; - международный кодекс рекламной практики; правовые способы борьбы с недобросовестной рекламой. Уметь - принимать решения при заключении договоров в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта. Владеть источниками информации, связанными с регулированием в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта, системно их анализировать в целях принятия профессиональных решений в рамках заключения и исполнения договоров в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта.	Доклад, практическая подготовка	Шкала оценивания доклада, Шкала оценивания практической подготовки

СПК-8	Пороговый	1.Работа на учебных занятиях 2.Самостоятельная работа	Знать - переговорную модель и (или) примирительные процедуры в процессе заключения договоров в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта. Уметь - организовывать и проводить переговоры о заключении договоров в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта.	Конспект лекций, устный опрос, презентация	Шкала оценивания конспекта лекций, Шкала оценивания опроса Шкала оценивания презентации
	Продвинутый	1.Работа на учебных занятиях 2.Самостоятельная работа	Знать - переговорную модель и (или) примирительные процедуры в процессе заключения договоров в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта. Уметь - организовывать и проводить переговоры о заключении договоров в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта. Владеть - навыками выявления интересов конфликтующих сторон при заключении договоров в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта и анализа разработки правового варианта разрешения конфликта, отвечающего интересам всех участников правового спора.	Доклад, практическая подготовка	Шкала оценивания доклада, Шкала оценивания практической подготовки

Шкала оценивания конспекта лекции

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; схемы, таблицы, графики, рисунки снабжены пояснениями выполнены в соответствии с предъявляемыми требованиями; к ним даны все необходимые пояснения; приведены примеры, иллюстрирующие ключевые моменты темы	10
	В содержании конспектов не соблюден литературный стиль изложения, прослеживается неясность и нечеткость изложения, иллюстрационные примеры приведены не в полном объеме.	5
	Конспекты составлены небрежно и неграмотно,	2

	имеются нарушения логики изложения материала тем, не приведены иллюстрационные примеры, не выделены ключевые моменты темы	
	Конспекты отсутствуют	0

Шкала оценивания опроса

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

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 отвечает на вопросы, только путем обращения к тексту доклада, делает необходимые выводы только при условии оказания ему активной помощи.	1
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

Шкала оценивания презентации

Критерии оценивания	Максимальное количество баллов
Содержание соответствуют поставленным цели и задачам, изложение	20

материала отличается логичностью и смысловой завершенностью, студент показал владение материалом, умение четко, аргументировано и корректно отвечать на поставленные вопросы, отстаивать собственную точку зрения.	
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

Шкала оценивания практической подготовки

Критерии оценивания	Баллы
Высокая активность на практической подготовке, соблюдены все требования по составлению договора о передаче авторских прав, составление претензии и иск о нарушении авторских прав, составлены направления и модели воздействия рекламы на потребителя, проведено исследование потребителей в зависимости от отношения к здоровью и окружающей среде	20
Средняя активность на практической подготовке, частично соблюдены требования по составлению договора о передаче авторских прав, составления претензии и иск о нарушении авторских прав, частично составлены направления и модели воздействия рекламы на потребителя, частично проведено исследование потребителей в зависимости от отношения к здоровью и окружающей среде	5
Низкая активность на практической подготовке, не составлен договор о передаче авторских прав, не составлена претензия и иск о нарушении авторских прав, не составлены направления и модели воздействия рекламы на потребителя, не проведено исследование потребителей в зависимости от отношения к здоровью и окружающей среде	0

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

Примерные темы для конспекта-лекций

Тема 1. Договоры и их роль для рекламы и шоу-бизнеса и спорта

Тема 2. Государственное регулирование рекламы, шоу-бизнеса и спорта

Тема 3. Реклама, шоу-бизнес и спорт и их влияние на потребителя.

Тема 4. Права авторов их виды и особенности.

Примерные вопросы для устного 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;

Примерные 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

Примерные 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 исполнения.
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.

Задание на практическую подготовку

1. Составить модель воздействия рекламы на потребителя.
2. Составить договор о передаче авторских прав.
3. Составить претензию и иск о нарушении авторских прав

Примерные вопросы для экзамена

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.

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

В рамках освоения дисциплины предусмотрены: конспект-лекций, устный опрос, доклад, презентация, практическая подготовка.

Максимальное количество баллов, которое может набрать обучающийся в течение 6 семестра(очной формы обучения) и в 7 семестре (очно-заочной формы обучения) за различные виды работ – 70 баллов.

Формой промежуточной аттестации является экзамен. Экзамен проходит в форме устного опроса по вопросам экзаменационного билета.

Распределение баллов по видам работ:

вид работы	кол-во баллов (максимальное значение)
Конспект -лекции	10
Опрос	10
Доклад	10
Презентация	20
Практическая подготовка	20
Экзамен	30

Шкала оценивания экзамена

Балл	Требования к критерию
15-30 баллов	Полный и правильный ответ на теоретический вопрос. Глубокое и прочное усвоение знаний программного материала (умение выделять главное, существенное); исчерпывающее, последовательное, грамотное и логически стройное изложение; правильность формулировки понятий; знание источников и авторов-исследователей по данной проблеме; умение сделать вывод по излагаемому материалу.
9-14 баллов	Теоретический вопрос изложен достаточно. Достаточно полное знание программного материала; грамотное изложение материала по существу; отсутствие не существенных неточностей в формулировке понятий; умение сделать вывод. Допускается недостаточно последовательное и логическое изложение материала.
4-8 баллов	Теоретический вопрос изложен неполно. Общие знания основного материала без усвоения некоторых существенных положений; формулировка основных понятий, но – с некоторой неточностью; отсутствие знаний гражданско-правовых источников и авторов-исследователей по данной проблеме.
0-3 балла	Теоретический вопрос изложен плохо или с грубыми ошибками. Незнание значительной части программного материала; существенные ошибки в процессе изложения; неумение выделить существенное и сделать выводы; незнание или ошибочные определения понятий.

Итоговая шкала оценивания результатов освоения дисциплины

Итоговая оценка по дисциплине выставляется по приведенной ниже шкале. При выставлении итоговой оценки преподавателем учитывается работа обучающегося в течение освоения дисциплины, а также оценка по промежуточной аттестации.

Количество баллов	Оценка по традиционной шкале
81-100	Отлично
61-80	Хорошо
41-60	Удовлетворительно
0-40	Неудовлетворительно

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная литература:

1. Анисимов, А.П. Договорное право : практ.пособие для вузов / А. П. Анисимов, А. Я. Рыженков, С. А. Чаркин. - М. : Юрайт, 2018. - 297с. – Текст: непосредственный.
2. Иванова, Е. В. Договорное право в 2 т.: учебник для вузов. — 3-е изд. — Москва : Юрайт, 2021. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/467935>
<https://urait.ru/bcode/467937>
3. Коммерческое право : учебник для вузов / Б. И. Пугинский [и др.]. — 5-е изд. — Москва : Юрайт, 2020. — 471 с. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/450025>

6.2. Дополнительная литература:

1. Андреев, Ю. Н. Договор в гражданском праве России: сравнительно-правовое исследование. — Москва : Норма, 2020. — 272 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=347719>
2. Белов, В. А. Кодекс европейского договорного права - European Contract Code. Общий и сравнительно-правовой комментарий в 2 кн. — Москва : Юрайт, 2020. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/451903>
<https://urait.ru/bcode/451904>
3. Белов, В. А. Понятие и виды торговых договоров: учебное пособие для вузов. — Москва : Юрайт, 2020. — 502 с. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/451891>
4. Богатырев, В. В. Право международных договоров : учебник для вузов / В. В. Богатырев, Р. А. Каламкьян. — Москва : Юрайт, 2020. — 390 с. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/447584>
5. Воробьева, О. В. Составление договора: техника и приемы . — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2020. — 227 с. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/449832>
6. Выборнова, Е. С. Предмет гражданско-правового договора : монография / Е. С. Выборнова, Н. С. Александрова. — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2020. — 160 с. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/456333>
7. Договоры коммерческого права. Проблемы общей теории торговых договоров : учебное пособие для вузов / В. А. Белов [и др.] . — Москва : Юрайт, 2020. — 341 с. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/457066>
8. Договоры коммерческого права. Договор продажи товаров: учебное пособие для вузов / В. А. Белов [и др.] . — Москва : Юрайт, 2020. — 350 с. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/459172>
9. Казанцев, М. Ф. Договорное регулирование. Цивилистическая концепция : учебное пособие для вузов. — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2020. — 393 с. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/456212>
10. Право интеллектуальной собственности. Международно-правовое регулирование : учебное пособие для вузов / И. А. Близнец [и др.]. — Москва : Юрайт, 2020. — 252 с. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/454173>
11. Романец, Ю. В. Система договоров в гражданском праве России: монография. - 2-е изд. - М.: Норма, 2019. - 496 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=354510>

12. Щербак, Н. В. Право интеллектуальной собственности: общее учение. Авторское право и смежные права : учебное пособие для вузов . — Москва : Юрайт, 2020. — 309 с. —Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/456442>

6.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронно-библиотечные системы

<http://www.iprbookshop.ru/> - Электронная библиотечная система «IPRbooks»;
<http://www.elibrary.ru/> - Научная электронная библиотека;
<http://www.ebiblioteka.ru> – «ИВИС». Ресурсы East View Publication;
<http://znanium.com> – Znanium.com;
<http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
www.studentlibrary.ru – ЭБС «Консультант студента»;

2. Электронно-образовательные ресурсы

<https://edu.gov.ru/> – федеральный портал «Министерство просвещения Российской Федерации»;
<https://www.minobrnauki.gov.ru/> - федеральный портал «Министерство науки и высшего образования Российской Федерации»;
<http://www.edu.ru> – федеральный портал «Российское образование»;
<http://www.gnpbu.ru/> – информационный центр «Библиотека имени К.Д. Ушинского» РАО;
<http://lib.pushkinskijdom.ru/> – Электронная библиотека ИРЛИ РАН;
<http://imli.ru/elib/> – Электронная библиотека ИМЛИ РАН;
<http://cyberleninka.ru/> – Научная электронная библиотека «Киберленинка»;
<https://www.rsl.ru/> – Российская государственная библиотека;
<http://www.nlr.ru> – Российская национальная библиотека;
<http://inion.ru/> - ИНИОН РАН;
<http://www.dissercat.com/> - Электронная библиотека диссертаций.

3. Электронные ресурсы органов государственной власти и юридических сообществ

Генеральная прокуратура РФ <https://www.genproc.gov.ru/>
МВД России <https://xn--b1aew.xn--p1ai/>
ФСБ России <http://www.fsb.ru/>
Министерство юстиции РФ <https://minjust.gov.ru/ru/>
Федеральная нотариальная палата России www.notariat.ru
Конституционный суд РФ – <http://www.ksrf.ru>
Верховный Суд РФ <http://www.vsrfl.ru/>
Арбитражные Суды РФ <http://www.arbitr.ru/>
Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации
<http://www.duma.gov.ru>
Следственный комитет РФ <https://sledcom.ru/>
ФСО РФ <http://fso.gov.ru/>
Российская газета <https://rg.ru/>
Федеральный правовой портал Юридическая Россия <http://law.edu.ru/>
Правотека <http://www.pravoteka.ru/>
Библиотека юридической литературы <http://pravo.eur.ru/>
Классика Российского права <http://civil.consultant.ru>
Журнал Арбитражная практика <http://www.arbitr-praktika.ru/>
Журнал Юрист <http://www.jurist.by/>
Журнал «Третейский суд» <http://arbitrage.spb.ru>

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям.
2. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы по дисциплинам.

8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

Информационные справочные системы:

Система ГАРАНТ

Система «КонсультантПлюс»

Профессиональные базы данных

fgosvo.ru – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования

pravo.gov.ru - Официальный интернет-портал правовой информации

www.edu.ru – Федеральный портал Российское образование

Свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

ОМС Плеер (для воспроизведения Электронных Учебных Модулей)

7-zip

Google Chrome

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: учебной мебелью, доской, демонстрационным оборудованием, персональными компьютерами, проектором;

- помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.