

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.10.2024 14:21:41
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bff679172803da5b7b5559fc60e2

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

Юридический факультет
Кафедра гражданского права

Согласовано управлением организации и
контроля качества образовательной
деятельности
« 9 » 07 2021 г.
Начальник управления _____

/ Г.Е. Суслин /

Одобрено учебно-методическим советом

Протокол « 9 » 07 2021 г. № 6

Председатель _____
/ О.А. Шестакова /



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 от «17» июня 2021 г. № 11
Председатель УМКом _____

/К.В. Чистяков/

Рекомендовано кафедрой гражданского
права
Протокол от «15» июня 2021 г. № 11
И.о. зав. кафедрой _____

/Певушкин А Н/

Митищи
2021

Автор-составитель:
доктор юридических наук, профессор
Левушкин А.Н.

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 № 1014.

Дисциплина входит в Блок1 Дисциплины(модули) часть, формируемую участниками образовательных отношений и является обязательной для изучения.

Год начала подготовки 2021

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	11
6. Учебно-методическое и ресурсное обеспечение дисциплины	20
7. Методические указания по освоению дисциплины	2323
8. Информационные технологии для осуществления образовательного процесса по дисциплине	23
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	23

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 коррупционному поведению
- 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 Блок1Дисциплины(модули) часть, формируемую участниками образовательных отношений и является обязательной для изучения.

Знания и навыки, приобретенные студентами при изучении дисциплины «Договоры в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта» имеют тесные связи с такими дисциплинами как: трудовое право, финансовое право, предпринимательское право, информационные технологии и организация защиты информации, информационные технологии в юридической деятельности, коммерческое право, потребительское право.

Изучение данного курса строится с учетом полученных студентами ранее знаний при изучении дисциплин гражданское право, предпринимательское право, финансовое право.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины

Показатель объема дисциплины	Форма обучения	
	Очная	Очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	3	3
Объем дисциплины в часах	108	108
Контактная работа:	30,3	20,3
Лекции	10	8
Практические занятия	18	10
Контактные часы на промежуточную аттестацию:	2,3	2,3
Экзамен	0,3	0,3
Предэкзаменационная консультация	2	2
Самостоятельная работа	68	78
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	Кол-во часов	
	Лекции	Практические занятия
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	6
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 ре-	2	6

кламе Формы обслуживания международной рекламы		
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
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	6
Итого	10	18

По очно-заочной форме обучения

Наименование разделов (тем) дисциплины с кратким содержанием	Кол-во часов	
	Лекции	Практические занятия
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	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.	2	6

Методы использования национальных СМИ в международной рекламе Формы обслуживания международной рекламы		
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
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
Итого	8	10

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

очная форма обучения

Темы для самостоятельного изучения	Изучаемые вопросы	Количество часов	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 право». Объекты интеллектуальной собственности вы знаете. Понятие «пиратства» в сфере шоу-бизнеса.	16	Подготовка к практическим занятиям с помощью учебной литературы, нормативных правовых актов, Интернет-ресурсов, научно-периодических изданий и пр., соответствующей изученной теме.	Основная литература Дополнительная литература	конспект лекции; опрос; доклад; реферат
Тема 2. Государственное регулирование рекламы, шоу-бизнеса	Государственное регулирование рекламной деятельности. Международное регулирование в области рекламы, шоу-бизнеса	16	Подготовка к практическим занятиям с помощью учебной литературы, нормативных правовых актов,	Основная литература Дополнительная литература	конспект лекции; опрос; доклад; реферат

и спорта	и спорта Международный кодекс рекламной практики. Правовые способы борьбы с недобросовестной рекламой. Методы использования национальных СМИ в международной рекламе Формы обслуживания международной рекламы		Интернет-ресурсов, научно-периодических изданий и пр., соответствующей изученной теме.	ра	
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	16	Подготовка к практическим занятиям с помощью учебной литературы, нормативных правовых актов, Интернет-ресурсов, научно-периодических изданий и пр., соответствующей изученной теме.	Основная литература Дополнительная литература	конспект лекции; опрос; доклад; реферат
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.	20	Подготовка к практическим занятиям с помощью учебной литературы, нормативных правовых актов, Интернет-ресурсов, научно-периодических изданий и пр., соответствующей изученной теме.	Основная литература Дополнительная литература	конспект лекции; опрос; доклад; реферат

	Право на защиту репутации.				
Итого		68			

очно-заочная форма обучения

Темы для самостоятельного изучения	Изучаемые вопросы	Количество часов	Формы самостоятельной работы	Методические обеспечения	Формы отчетности
Тема 1. Договоры и их роль для рекламы и шоу-бизнеса и спорта	<p>Понятие договора.</p> <p>Особенности договоров в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта</p> <p>Понятие «авторское право».</p> <p>Объекты интеллектуальной собственности вы знаете.</p> <p>Понятие «пиратства» в сфере шоу-бизнеса.</p>	18	Подготовка к практическим занятиям с помощью учебной литературы, нормативных правовых актов, Интернет-ресурсов, научно-периодических изданий и пр., соответствующей изученной теме.	Основная литература Дополнительная литература	конспект лекции; опрос; доклад; реферат
Тема 2. Государственное регулирование рекламы, шоу-бизнеса и спорта	<p>Государственное регулирование рекламной деятельности.</p> <p>Международное регулирование в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта</p> <p>Международный кодекс рекламной практики.</p> <p>Правовые способы борьбы с недобросовестной рекламой.</p> <p>Методы использования национальных СМИ в международной рекламе</p> <p>Формы обслуживания международной рекламы</p>	18	Подготовка к практическим занятиям с помощью учебной литературы, нормативных правовых актов, Интернет-ресурсов, научно-периодических изданий и пр., соответствующей изученной теме.	Основная литература Дополнительная литература	конспект лекции; опрос; доклад; реферат

<p>Тема 3. Реклама, шоу-бизнес и спорт и их влияние на потребителя.</p>	<p>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</p>	<p>18</p>	<p>Подготовка к практическим занятиям с помощью учебной литературы, нормативных правовых актов, Интернет-ресурсов, научно-периодических изданий и пр., соответствующей изученной теме.</p>	<p>Основная литература Дополнительная литература</p>	<p>конспект лекции; опрос; доклад; реферат</p>
<p>Тема 4. Права авторов их виды и особенности.</p>	<p>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.</p>	<p>20</p>	<p>Подготовка к практическим занятиям с помощью учебной литературы, нормативных правовых актов, Интернет-ресурсов, научно-периодических изданий и пр., соответствующей изученной теме.</p>	<p>Основная литература Дополнительная литература</p>	<p>конспект лекции; опрос; доклад; реферат</p>

Итого		78			
-------	--	----	--	--	--

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

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

Код и наименование Компетенции	Этапы формирования
УК-11 - Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	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 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 коррупци-	Доклад, опрос, конспект экзамен	41-60 баллов

			онному поведению; - определять коррупционные риски при заключении и исполнении договоров в областях рекламы, шоу-бизнеса и спорта.		
	продвинутый	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, презентация, конспект опрос, экзамен	61-100 баллов
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.	Доклад, опрос, конспект экзамен	41-60 баллов
	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 реклам-	Доклад, презентация, опрос, конспект экзамен	61-100 баллов

			<p>ной практики; правовые способы борьбы с недобросовестной рекламой.</p> <p>Уметь</p> <p>- принимать решения при заключении договоров в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта.</p> <p>Владеть</p> <p>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.</p>		
СПК-8	Пороговый	<p>1.Работа на учебных занятиях</p> <p>2.Самостоятельная работа</p>	<p>Знать</p> <p>- переговорную модель и (или) примирительные процедуры в процессе заключения договоров в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта.</p> <p>Уметь</p> <p>- организовывать и проводить переговоры о заключении договоров в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта.</p>	<p>Доклад, опрос, конспект</p> <p>экзамен</p>	41-60 баллов
	Продвинутый	<p>1.Работа на учебных занятиях</p> <p>2.Самостоятельная работа</p>	<p>Знать</p> <p>- переговорную модель и (или) примирительные процедуры в процессе заключения договоров в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта.</p> <p>Уметь</p> <p>- организовывать и проводить переговоры о заключении договоров в области рекламы, шоу-бизнеса и спорта.</p> <p>Владеть</p> <p>- 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.</p>	<p>Доклад, презентация, опрос, конспект</p> <p>экзамен</p>	61-100 баллов
СПК-2	Пороговый	<p>1.Работа на учебных занятиях</p>	<p>Знать: специфику и особенности конкретных сфер юридической</p>	<p>Доклад, опрос, кон-</p>	41-60 баллов

		тиях 2.Само- стоятель- ная работа	деятельности, в которых осу- ществляется правоприменение; Уметь: анализировать правопри- менительную практику в целях решения профессиональных задач;	спект экзамен	
Продви- нутый		1.Работа на учеб- ных заня- тиях 2.Само- стоятель- ная работа	Знать: специфику и особенности конкретных сфер юридической деятельности, в которых осу- ществляется правоприменение; Уметь: анализировать правопри- менительную практику в целях решения профессиональных задач; Владеть: способностью понимать значимость и сущность правосу- дия, различает виды судопроиз- водства; понимать сущность кон- трольно-надзорной деятельности, систему соответствующих орга- нов, различает виды контрольно- надзорных полномочий и право- применительных актов; понимать значение и специфику правопри- менения в системе государствен- ной и муниципальной службы.	Доклад, презента- ция, опрос, конспект Экзамен	61-100 баллов

5.3. 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 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.

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

Распределение баллов по видам работ:

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

Конспекты лекций оцениваются:

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
конспекты лекций	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	20
	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 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

Максимальное количество баллов – 20.

Шкала оценивания презентации

Критерии оценивания	Максимальное количество баллов
Содержание соответствуют 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 ис-	10

точников 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.	
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

Критерии оценивания экзамена

Балл	Требования к критерию
15-20 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.

Ответ студента на экзамене оценивается в % с учетом шкалы соответствия рейтинговых оценок пятибалльным оценкам.

Оценка по 5-балльной системе		Оценка по 100-балльной системе
5	отлично	81 – 100
4	хорошо	61 - 80
3	удовлетворительно	41 - 60
2	неудовлетворительно	21 - 40
1	необходимо повторное изучение	0 - 20

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. Каламкарян. — 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.pushkinskiydom.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.vsrp.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 указания по планированию и организации самостоятельной работы бакалавров Надысева Э.Х.

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

pravo.gov.ru

www.edu.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- помещения для самостоятельной работы, укомплектованные учебной мебелью, персональными компьютерами с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду МГОУ;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, укомплектованные мебелью (шкафы/стеллажи), наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями.