

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.06.2023 12:08:38
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса
Лумумбы»**

Юридический институт

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Правовые основы рекламы в сети Интернет

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

40.03.01 Юриспруденция

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Юриспруденция

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2023 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Правовые основы рекламы в сети Интернет» является получение студентами систематизированных сведений об профессиональной деятельности, а также овладение необходимыми общекультурными и профессиональными компетенциями в соответствии с требованиями, предъявляемыми к выпускникам по направлению подготовки 40.03.01 Юриспруденция.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Правовые основы рекламы в сети Интернет» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-2	Способен квалифицированно применять правовые нормы в конкретных сферах юридической деятельности, правильно и полно отражать ее в предусмотренной законом форме	ПК-2.1. Демонстрирует знание специфики правоприменительной деятельности, порядка осуществления деятельности юрисдикционных органов, обладающих правоприменительными функциями
		ПК-2.2. Владеет навыками анализа фактических обстоятельств дела, квалификации юридических фактов и возникающих в связи с ними правоотношений, выявления обстоятельств, имеющих юридическое значение
		ПК-2.3. Осуществляет правильный выбор правовой нормы, подлежащей применению, и способа её толкования
		ПК-2.5. Разрабатывает варианты юридических действий в точном соответствии с законодательством и принимает решения в предусмотренной законом форме

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Правовые основы рекламы в сети Интернет» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Правовые основы рекламы в сети Интернет».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-2	Способен квалифицированно применять правовые нормы в конкретных сферах юридической деятельности, правильно и полно отражать ее в предусмотренной законом форме	Административное право Гражданское право Экологическое право Земельное право Гражданский процесс Финансовое право Международное право Судоустройство Правоохранительная деятельность Муниципальное право России Юрист: направления и этапы профессионального развития	Трудовое право Международное частное право Налоговое право Предпринимательское право Судебные системы зарубежных стран Природоресурсное право Руководство юридической службой в организациях различных организационно-правовых форм Междисциплинарная курсовая работа Практика Государственная итоговая аттестация

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Правовые основы рекламы в сети Интернет» составляет 3 з.е.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)
		5
Контактная работа, ак.ч.	24	24
в том числе:		
Лекции (ЛК)		
Лабораторные работы (ЛР)		

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)
		5
Практические/семинарские занятия (СЗ)	24	24
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	75	75
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9	9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108
	зач.ед.	3

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)
		7
Контактная работа, ак.ч.	16	16
в том числе:		
Лекции (ЛК)		
Лабораторные работы (ЛР)		
Практические/семинарские занятия (СЗ)	16	16
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	65	65
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	27	27
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108
	зач.ед.	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Понятие рекламы и система правового регулирования	<p>1. Понятие рекламы и ее правовая характеристика.</p> <p>2. Понятие, сущность и юридические признаки рекламы.</p> <p>3. Российская стратегия создания нормативной базы, регулирующей рекламную деятельность.</p> <p>4. Регулирование рекламной деятельности за рубежом.</p> <p>5. Международный кодекс рекламной практики. Рекламное законодательство Российской Федерации.</p> <p>6. Соотношение нормативно-правовых актов: закона «О рекламе», Конституции РФ, Уголовный кодекс РФ, Гражданский кодекс РФ, законов «О защите прав потребителей», «О средствах массовой информации»</p>	СЗ
Раздел 2. Особенности рекламы отдельных видов товаров	<p>1. Реклама алкогольных напитков, пива и табачных изделий.</p> <p>2. Реклама лекарственных и медицинских средств и услуг, биологически активных и пищевых добавок, детского питания.</p> <p>3. Реклама финансовых услуг, ценных бумаг и услуг по заключению договоров ренты.</p>	СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 3. Правовое регулирование рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	<ol style="list-style-type: none"> 1. Правовое регулирование рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. 2. Условия распространения рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. 3. Требования к рекламе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. 4. Ограничения, предусмотренные для рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. 5. Классификация спама. 6. Положительные стороны рекламы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. 7. Отрицательные стороны рекламы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. 8. Недобросовестная реклама. 	СЗ
Раздел 4. Договоры о передаче исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности в сфере рекламной деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Договор об отчуждении исключительного права: форма, содержание. 2. Стороны договора об отчуждении исключительного права. 3. Предмет договора отчуждении исключительного права. 4. Лицензионный договор: форма, содержание. 5. Стороны договора. Предмет договора. Порядок заключения, изменения, расторжения лицензионных договоров. 6. Порядок заключения, изменения, расторжения договоров о передаче исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности в сфере рекламной деятельности. 	СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Мультимедийный проектор, экран, аудиосистема, ноутбук.
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Мультимедийный проектор, экран, аудиосистема, ноутбук.
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами, доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Мультимедийный проектор, экран, аудиосистема, ноутбук.
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Мультимедийный проектор, экран, аудиосистема, ноутбук.

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Лущиков, В. Реклама в видеоблогах как инструмент продвижения: выпускная квалификационная работа : студенческие научные работы / В. Лущиков ; Омский государственный

университет им. Ф. М. Достоевского, Факультет филологии и медиакоммуникаций, Кафедра теоретической и прикладной лингвистики. - Омск : б.и., 2018. - 122 с.

2. Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С.М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 101 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717>
3. Шпаковский, В.О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9729-0202-6 ;
4. Щепилова, Г.Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 473 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500663> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9917-1. – DOI 10.23681/500663.

Дополнительная литература:

5. Антипов К.В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / К.В. Антипов. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2018. — 326 с. — 978-5-394-02394-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14075.html>
6. Блинова А.А. Реклама интернет-казино в России в условиях законодательных ограничений // Реклама. Теория и практика. — 2018. — №3. — С.208–216. URL: <https://grebennikon.ru/article-9amg.html>
7. Горшкова Мария Александровна. Контекстная мобильная реклама как часть Digital-стратегии [Электронный ресурс] // Интернет-маркетинг. 2019. № 1. С. 16-26. URL: <http://grebennikon.ru/article-48r3.html>
8. Коваленко Артем Евгеньевич Обзор состояния рынка Интернет-рекламы и технологий Интернет-маркетинга Российской Федерации // Kant. 2018. №2 (27). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-sostoyaniya-rynka-internet-reklamy-i-tehnologiy-internet-marketinga-rossiyskoj-federatsii>
9. Кострикова Алена Сергеевна, Макаревич Марина Леонидовна Актуальные проблемы правового регулирования рекламы в сети интернет // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. №8 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-pravovogo-regulirovaniya-reklamy-v-seti-internet-1>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS
<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

-

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля*:

1. Курс лекций по дисциплине «Правовые основы рекламы в сети Интернет».
2. Презентации по дисциплине
3. Дополнительные материалы: статьи, монографии, статистические отчеты.

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Правовые основы рекламы в сети Интернет» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

старший преподаватель

Должность, БУП

старший преподаватель

Должность, БУП

Майстрович Е.В.

Фамилия И.О.

Калиновская В.С.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

НОЦ «Правовые исследования»

Наименование БУП



Галушкин А.А.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой административного и финансового права

Должность, БУП



Ястребов О.А.

Фамилия И.О.