

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»**

ЮРИДИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала))

НОЦ «Правовые исследования»

(наименование кафедры)

Рекомендована МССН/МО

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Правовые основы рекламы в сети Интернет»

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

Рекомендуется для направления подготовки/специальности

40.03.01 Юриспруденция

(код, наименование направления подготовки (специальности))

Юриспруденция

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(и))

Бакалавр

(квалификация)

Москва

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины 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.

Задачи дисциплины — достижение четкого представления обучающихся: об основных положениях, принципах и понятиях дисциплины «Правовые основы рекламы в сети Интернет», о системе нормативно-правового регулирования различных правоотношений возникающих в данной сфере.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина «Правовые основы рекламы в сети Интернет» является дисциплиной по выбору обучающегося.

Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (Группы дисциплин)
ОПК-2 - Способен применять нормы материального и процессуального права при решении задач профессиональной деятельности	Административное право Гражданское право	Правовые основы развития медиабизнеса
ПК-3 - Способен обеспечивать соблюдение законодательства Российской Федерации субъектами права	Административное право Гражданское право	Правовые основы развития медиабизнеса

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Наименование компетенции
ОПК-2	Способен применять нормы материального и процессуального права при решении задач профессиональной деятельности
ПК-3	Способен обеспечивать соблюдение законодательства Российской Федерации субъектами права

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

«Правовые основы рекламы в сети Интернет» составляет 3 зачетных единицы, т.е. 108 академических часов для очной ф/о.

Изучение дисциплины заканчивается зачетом с оценкой.

Вид учебной работы	Всего часов	
Аудиторные занятия (всего)	32	
В том числе:		
Лекции	0	
Практические занятия (ПЗ)	32	
Самостоятельная работа (СР)	76	
Контроль (К)	0	
Общая трудоемкость	час	108
	кредит	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Понятие рекламы и система правового регулирования

Понятие рекламы и ее правовая характеристика. Понятие, сущность и юридические признаки рекламы. Российская стратегия создания нормативной базы, регулирующей рекламную деятельность. Регулирование рекламной деятельности за рубежом. Международный кодекс рекламной практики. Рекламное законодательство Российской Федерации. Соотношение нормативно-правовых актов: закона «О рекламе», Конституции РФ, Уголовный кодекс РФ, Гражданский кодекс РФ, законов «О защите прав потребителей», «О средствах массовой информации»

Раздел 2. Особенности рекламы отдельных видов товаров

Реклама алкогольных напитков, пива и табачных изделий. Реклама лекарственных и медицинских средств и услуг, биологически активных и пищевых добавок, детского питания. Реклама финансовых услуг, ценных бумаг и услуг по заключению договоров ренты.

Раздел 3. Правовое регулирование рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Правовое регулирование рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Условия распространения рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Требования к рекламе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Ограничения, предусмотренные для рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Классификация спама. Положительные стороны рекламы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Отрицательные стороны рекламы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Недобросовестная реклама.

Раздел 4. Договоры о передаче исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности в сфере рекламной деятельности

Договор об отчуждении исключительного права: форма, содержание. Стороны договора об отчуждении исключительного права. Предмет договора отчуждения исключительного права. Лицензионный договор: форма, содержание. Стороны договора. Предмет договора. Порядок заключения, изменения, расторжения лицензионных договоров. Порядок заключения, изменения, расторжения договоров о передаче исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности в сфере рекламной деятельности.

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости**, итоговой аттестации***	
	Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
		Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Раздел 1. Понятие рекламы и система правового регулирования				8		18	
Раздел 2. Особенности рекламы отдельных видов товаров				8		20	
Раздел 3. Правовое регулирование рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет				8		20	
Раздел 4. Договоры о передаче исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности в сфере рекламной деятельности				8		18	
Итоговая аттестация							<i>Зачет с оценкой</i>
Всего:	108			32		76	

6. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)

1	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>	8
2	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>	8
3	Раздел 3. Правовое регулирование рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	<p>1. Правовое регулирование рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p> <p>2. Условия распространения рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p> <p>3. Требования к рекламе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p> <p>4. Ограничения, предусмотренные для рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p> <p>5. Классификация спама.</p> <p>6. Положительные стороны рекламы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p> <p>7. Отрицательные стороны рекламы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p> <p>8. Недобросовестная реклама.</p>	8

4	Раздел 4. Договоры о передаче исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности в сфере рекламной деятельности	1. Договор об отчуждении исключительного права: форма, содержание. 2. Стороны договора об отчуждении исключительного права. 3. Предмет договора отчуждения 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.	8
---	--	---	---

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, а также помещения для самостоятельной работы. Мультимедийный проектор, экран, аудиосистема, ноутбук.

8. Информационное обеспечение дисциплины

1. www.biblio-online.ru – Электронно-библиотечная система [ЭБС] Юрайт;
2. <http://www.iprbookshop.ru> – Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Iprbooks»
3. <https://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Лань».
4. <http://elibrary.ru/> - Научная электронная библиотека elibrary.ru.
5. <https://cyberleninka.ru> - Научная электронная библиотека Киберленинка
6. Справочно-правовая система «Консультант».
7. Электронный периодический справочник «Гарант».

9. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

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

1. 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>
2. 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>
3. 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>
4. 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>
5. 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>

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Евстафьев В.А. История российской рекламы. Современный период [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.А. Евстафьев, Е.Э. Пасютина. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2017. — 880 с. — 978-5-394-02686-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70829.html>
2. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2019. — 538 с. — 978-5-394-01804-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10948.html>
3. Фролов В.В. История отечественной рекламы XX—XXI веков [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.В. Фролов. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 74 с. — 978-5-4486-0025-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70766.html>

Нормативные правовые документы.

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.: [с посл. изм. и доп.]
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: Федер. закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ: [принят Гос. Думой 21 октября 1994 г.: с посл. изм. и доп.] // Собр. законодательства Рос. Федерации. — 1994. — № 32. — Ст. 3301 // СПС-КонсультантПлюс
3. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации: от 14 ноября 2002 г. № 138 – ФЗ: [принят Гос. Думой 23 октября 2002 г.: с посл. изм. и доп.] // Собр. законодательства Рос. Федерации. — 2002. — № 46. — Ст. 4532 // СПС-КонсультантПлюс
4. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации: от 24 июля 2002 г. № 95 – ФЗ: [принят Гос. Думой 14 июня 2002 г.: с посл. изм. и доп.] // Собр. законодательства Рос. Федерации. — 2002. — № 30. — Ст. 3012 // СПС-КонсультантПлюс
5. О рекламе: федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ [принят Гос. Думой 22 февраля 2006 г.: с посл. изм. и доп.] // Собрание законодательства РФ. — 2006. — № 12. — Ст. 1232 // СПС-КонсультантПлюс

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Самостоятельная работа – крайне важный элемент подготовки студентов в процессе обучения. Получить всесторонние знания, ограничиваясь при этом только прослушиванием лекций и посещением семинарских занятий, невозможно. Самостоятельная работа обучающегося, в том числе под руководством преподавателя, предполагает самостоятельность и инициативу в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, зачетам, экзаменам.

Кроме того, понятийный аппарат курса разнообразен, объемен, что требует специальной работы для их усвоения. Важным условием успешной самостоятельной работы студентов являются консультации преподавателя и тщательная подготовка к практическим занятиям. Цель самостоятельной работы студента по изучению учебного материала – формирование навыков самостоятельного отбора и изучения учебной литературы, интернет-источников, материалов периодических изданий, их анализа и осмысления. В результате этой работы студенты должны научиться понимать логику научного исследования, критически анализировать существующие в научной литературе точки зрения и на этой основе формировать собственную позицию по рассматриваемому вопросу.

Самоподготовка к практическим занятиям

При подготовке к практическому занятию необходимо помнить, что та или иная дисциплина тесно связана с ранее изучаемыми курсами. Более того, именно синтез полученных ранее знаний и текущего материала по курсу делает подготовку результативной и всесторонней.

На семинарских занятиях студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументированно их отстаивать.

Для достижения этой цели необходимо:

- 1) ознакомиться с соответствующей темой программы дисциплины;
- 2) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;
- 3) изучить рекомендованную литературу по данной теме;
- 4) тщательно изучить лекционный материал;
- 5) ознакомиться с вопросами очередного семинарского занятия;
- 6) подготовить краткое выступление по каждому из вынесенных на семинарское занятие вопросу.

Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ дисциплины, раскрытия сущности основных экономических категорий, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала. При презентации материала на семинарском занятии можно воспользоваться следующим алгоритмом изложения темы: определение и характеристика основных категорий, эволюция предмета исследования, оценка его современного состояния, существующие проблемы, перспективы развития.

Методические рекомендации по подготовке к текущей форме контроля (контрольная работа) и промежуточной аттестации (экзамен)

При подготовке к аттестации нужно изучить определения всех понятий и теоретические подходы до состояния понимания материала по всем изученным темам, а также в дополнение к изучению конспектов лекций, учебных пособий и слайдов, необходимо пользоваться основной и дополнительной учебной литературой, рекомендованной к настоящей программе, а также изучить нормативную базу.

Формулируйте ответ с точки зрения применения различных методов анализа данных. Необходимо дать аргументированный ответ, подтверждающий уровень освоения компетенции.

Самостоятельная работа студента при подготовке к текущей форме контроля (контрольная работа) и промежуточной аттестации (зачет)

Успешное изучение дисциплины требует посещения лекций, активной работы на семинарах и самостоятельно, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Во время лекции слушатель должен вести краткий конспект. Работа с конспектом лекций предполагает просмотр конспекта в тот же день после занятий. При этом необходимо пометить материалы конспекта, которые вызывают затруднения для понимания. При этом слушатель должен стараться найти ответы на затруднительные вопросы, используя рекомендуемую литературу. Если ему самостоятельно не удалось разобраться в материале, необходимо сформулировать вопросы и обратиться за помощью к преподавателю на консультации или ближайшей лекции. Слушателю необходимо регулярно отводить время для

повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Самостоятельная работа слушателя по дисциплине играет важную роль в ходе всего учебного процесса. Методические материалы и рекомендации готовятся преподавателем и выдаются слушателю.

11. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик:

Профессор НОЦ «Правовые исследования»



Рудакова Е.Н.

Директор

НОЦ «Правовые исследования»



Галушкин А.А.