

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВОСИБИРСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
 ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
 ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА
 (ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**
 (НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина)



УТВЕРЖДАЮ
 Зам. директора по учебно-методической работе
 _____/Печурина Г.Г./
 « 07 » 08 2021г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
 ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ**

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент
 Программа магистратуры: Бренд-менеджмент и маркетинг
 Квалификация (степень) выпускника: магистр
 Форма обучения: очно-заочная

факультет Технологии и дизайна
 кафедра: Экономики и управления

| курс, семестр | 2 курс, 3 семестр | | |
|------------------------|-------------------|------------|-------------------|
| Лекции | 8 час./0,22 з.е. | (4 час.*) | Экзамен - семестр |
| Практические занятия | 20 час./0,56 з.е. | (12 час.*) | Зачет 3 семестр |
| Лабораторные занятия | - час./- з.е. | | |
| Самостоятельная работа | 22 час./0,61 з.е. | | |
| Контактная работа | 50 час./1,39 з.е. | | |
| Всего | 72 час./2 з.е. | | |
| *В т.ч.в интер. форме | (16 час.*) | | |

Рецензия
на рабочую программу дисциплины
«Правовые основы рекламы»
основной профессиональной образовательной программы
НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина
по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент,
программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг»

В соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг» дисциплина изучается в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений.

Разработчик рабочей программы дисциплины (РПД):

доцент кафедры ЭиУ НТИ (филиала) РГУ им.А.Н. Косыгина Сапрыкина О.А.

| № п/п | Критерии оценки РПД | Отметка о соответствии |
|-------|---|------------------------|
| 1 | Цели изучения дисциплины | Да |
| 2 | Цели соотнесены с общими целями основной образовательной программы (ОПОП), в том числе: - имеют междисциплинарный характер, - связаны с задачами воспитания. | Да |
| 3 | Прописана связь дисциплины с другими дисциплинами рабочего учебного плана по ОПОП | Да |
| 4 | Прописан вклад дисциплины при формировании компетенций (ПК-1; ПК-4): - по ФГОС ВО по направлению(ям), -по ОПОП | Да |
| 5 | При формировании требований к результатам обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть) учтены результаты обучения, приведённые во ФГОС ВО по направлению(ям) | Да |
| 6 | Содержание дисциплины структурировано по видам учебных занятий с указанием их объёмов | Да |
| 7 | Расчёт времени в программе соответствует объёму часов, отведённое на изучение дисциплины по учебному плану | Да |
| 8 | Представлен тематический план лекций и практических занятий | Да |
| 9 | Отражены современные достижения науки применительно к конкретной дисциплине | Да |
| 10 | Указано учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе: - перечень основной и дополнительной литературы; - методические рекомендации (материалы) преподавателю; -методические рекомендации студентам. | Да |
| 11 | Указаны формы текущего, промежуточного и итогового контроля | Да |
| 12 | В приложении к программе приведены фонды оценочных материалов (ФОМ): вопросы для самоконтроля и проверки качества знаний студентов; методические рекомендации по проведению практических занятий. | Да |
| 13 | ФОМ содержат материалы, разработанные на основе реальных практических ситуаций, в том числе, связанных со спецификой малого и среднего бизнеса | Да |
| 14 | Выявленные недостатки/замечания/рекомендации рецензента: <i>(необходимость сокращения, дополнения или переработки отдельных частей текста рукописи)</i> | Нет |
| 15 | К процессу разработки и актуализации РПД и учебно-методических материалов дисциплины привлекаются работодатели, ориентированные на выпускников программы: <i>участие в разработке содержания программы, предоставление исходных материалов для анализа, расчётных программ, фильтров и прочее</i> | Нет |

РПД «Правовые основы рекламы» может быть использована для методического обеспечения учебного процесса в рамках основной профессиональной образовательной программы НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг» в представленном виде.

Рецензент:
ст. препод., ведущий юрисконсульт



Е.Н. Архипенко

Рабочая программа составлена на основании следующих нормативных документов:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования, уровень высшего образования – магистратура, направление подготовки 38.04.02 Менеджмент – Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 № 952.

2. Базовый учебный план. Направление: 38.04.02 «Менеджмент».

3. Основная профессиональная образовательная программа. Направление: 38.04.02 «Менеджмент», программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг».

4. Рабочий учебный план. Направление: 38.04.02 «Менеджмент» (квалификация «магистр»). Программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг», набор 2021г. (очно-заочная форма обучения). – Новосибирск: Новосибирский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)». Утверждено Ученым советом НТИ (филиал) РГУ им.А.Н.Косыгина.

Разработчик:



О.А. Сапрыкина

Рецензент:

ст. препод., ведущий юрисконсульт



Е.Н. Архипенко

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Экономики и управления (протокол № 1 от 27.08.2021 г.).

Зав. кафедрой ЭиУ

доц., канд.экон.наук



О.А. Сапрыкина

Декан ФТиД

доц., канд.техн.наук



Е.В. Арчинова

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| 1 Паспорт процесса - аннотация | 4 |
| 2 Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры..... | 7 |
| 3 Ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершению освоения программы учебной дисциплины «Правовые основы рекламы»..... | 8 |
| 4 Структура и содержание учебной дисциплины | 11 |
| 5 Образовательные технологии..... | 16 |
| 6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Правовые основы рекламы» | 17 |
| 7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля) | 21 |
| 8 Условия реализации программы дисциплины | 24 |
| 9 Учебно-методическая карта дисциплины | 26 |
| 10 Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами направления на 2021/2022 учебный год | 27 |
| 11 Дополнения и изменения к рабочей программе на 20__/20__ учебный год | 28 |
| Приложение А..... | 29 |

1 ПАСПОРТ ПРОЦЕССА - АННОТАЦИЯ

| Обозначение документа | Пункт ГОСТ Р ИСО 9001- 2011 | Наименование процесса |
|---|-----------------------------------|---|
| Б1.В.ДВ.01.02 | 7.3 и 7.5 | Преподавание дисциплины «Правовые основы рекламы» |
| <p>Определение процесса: процесс преподавания дисциплины «Правовые основы рекламы» для обучающихся очно-заочной формы обучения направление подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг» ориентированный на выполнение требований ФГОС ВО</p> | | <p>Цель процесса: выполнение требований ФГОС ВО и формирование теоретических и практических знаний в области правовых основ правового регулирования производства рекламных продуктов и услуг, процессов их разработки на базе бизнес-стратегии компании</p> |
| <p>Владелец процесса: кафедра Экономики и управления</p> | | <p>Ответственный руководитель процесса: доц., канд.техн.наук Сапрыкина О.А.</p> |
| <p>Входы процесса: студенты и знания, полученные студентами при изучении дисциплин бакалавриата и специалитета.</p> | | <p>Выходы процесса: Перечень частных компетенций (в виде знаний, умений и навыков), полученных в ходе освоения разделов и тем дисциплины в рамках общих компетенций: <u>знать:</u> – правовые основы рекламы, используемые в комплексном (интегрированном) подходе к формированию операционной стратегии организации; – правовые основы рекламы с целью проведения анализа и оценки экономических и социальных условий для осуществления предпринимательской деятельности; – правовые основы рекламы с целью моделирования и управления бизнес процессами; <u>уметь:</u> – применять знания правовых основ рекламы при проведении анализа внешней среды организации и сравнении альтернативных операционных стратегий; – применять знания правовых основ рекламы при использовании ключевых элементов концепций и инструментов «Lean Production» (Бережливое производство) и «Шесть сигм»; – применять правовые основы рекламы для оценивания экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, для выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей; <u>владеть:</u></p> |

| Обозначение документа | Пункт ГОСТ Р ИСО 9001- 2011 | Наименование процесса |
|--|--|---|
| Б1.В.ДВ.01.02 | 7.3 и 7.5 | Преподавание дисциплины «Правовые основы рекламы» |
| | <ul style="list-style-type: none"> – навыками использования правовых основ рекламы при применении «вытягивающих» (Pull) и «толкающих» (Push) технологий в деятельности организации; – навыками использования правовых основ рекламы при осуществлении выбора и применения количественных методов принятия решения, адекватных содержанию управленческой задачи; – навыками применения правовых основ рекламы при бизнес-планировании создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов); – навыками применения правовых основ рекламы при координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками; – навыками применения правовых основ рекламы при подготовке организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур | |
| Требования к входам процесса: | <p>Требования к выходам процесса: Перечень компетенций, освоенных в ходе изучения дисциплин (в соответствии с ФГОС ВО):</p> <ul style="list-style-type: none"> – способен принимать основанные на принципах оптимизации решения по интеграции бизнес-процессов в организации любой организационно-правовой формы (ПК-1); – способен на основе оценки экономических и социальных условий владеть навыками координации предпринимательской деятельности, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей (ПК-4) | |
| <p>Поставщики процесса: Кафедра, участвующая в преподавании дисциплины, предшествующей изучению данной дисциплины: 1. Кафедра Экономики и управления</p> | <p>Потребители процесса: Обучающиеся 2 курса очно-заочной формы обучения магистратуры и их будущие работодатели</p> | |
| <p>Управляющие воздействия: - ФГОС ВО - рабочий учебный план - рабочая программа по дисциплине</p> | <p>Основные ресурсы: 2 з.е (72 часа).: Лекции –8 часов; практические занятия – 20 часов;</p> | |

| Обозначение документа | Пункт ГОСТ Р ИСО 9001- 2011 | Наименование процесса |
|--|-----------------------------------|---|
| Б1.В.ДВ.01.02 | 7.3 и 7.5 | Преподавание дисциплины «Правовые основы рекламы» |
| - порядок проведения итоговой аттестации по дисциплине(зачет) | | самостоятельная работа –22 часов; контактная работа – 50 часов. Аудиторный фонд; информационно-библиотечные ресурсы |
| Контролируемые параметры процесса: участие в аудиторной работе, выполнение индивидуального задания, выполнение практических работ, зачет | | Методы измерения параметров процесса: Рейтинговая шкала 100 баллов, зачёт |
| Показатели результативности: выполнение запланированных мероприятий в срок; рейтинг, обеспечивающий допуск к зачёту | | Периодичность оценки: непрерывно согласно графику проведения занятий и по завершении изучения дисциплины |

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП МАГИСТРАТУРЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Правовые основы рекламы» входит в Блок 1. Дисциплины (модули) – часть, формируемая участниками образовательных отношений, является дисциплиной по выбору.

Таблица 2.1 – Принципы построения дисциплины

| Принцип (<i>особенность</i>) | Содержание |
|---|--|
| Ядро <i>дисциплины</i> | Базовая часть дисциплины: 1 модуль Нормативное обеспечение рекламной деятельности 2 модуль Регулирование деятельности в области рекламы нормами отдельных отраслей права |
| Основные понятия дисциплины (дидактические единицы) | Нормативное обеспечение рекламной деятельности; гражданско-правовые нормы, регулирующие рекламную деятельность; интегрированная система менеджмента качества и бережливого производства; саморегулирование в рекламе; регулирование деятельности в области рекламы, регулируемые административным правом; нормативное регулирование трудовой деятельности в области рекламы |
| Обеспечение последующих дисциплин образовательной программы (связи с последующими дисциплинами) | Перечень дисциплин, изучение которых опирается на данную: - Антикризисное управление; - Антикризисный пиар; - Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы) |
| <i>Практическая</i> направленность (практическая часть) дисциплины | Практическая часть <i>дисциплины</i> содержит: Практические работы на тему: - Нормативное обеспечение рекламной деятельности; - Гражданско-правовые нормы, регулирующие рекламную деятельность; - Правовое регулирование предпринимательской деятельности; - Интегрированная система менеджмента качества и бережливого производства; - Нормы авторского права в рекламной деятельности; 4 - Саморегулирование в рекламе; - Регулирование деятельности в области рекламы, регулируемые административным правом; - Нормативное регулирование трудовой деятельности в области рекламы |
| Учет индивидуальных особенностей обучающихся, реализация права выбора способа учения | Возможность работать в своем темпе; подбор индивидуальных заданий разного уровня сложности |
| Описание основных «точек» | Промежуточный контроль: устный опрос защита практи- |

| Принцип (<i>особенность</i>) | Содержание |
|--|---|
| контроля | ческих работ, итоговый контроль (зачёт) |
| Дисциплина и современные информационные технологии | Текстовый редактор Word, электронные таблицы Excel, графический редактор Point и другие – как средство оформления документации. |

3 ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАЗОВАНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ЗАВЕРШЕНИЮ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ»

Ожидаемые результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины «Правовые основы рекламы» представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины (цели дисциплины)

| После изучения дисциплины обучающийся будет: | | | | |
|--|------------------|--|--|--|
| Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций | Коды компетенции | Результаты освоения ОПОП <i>Содержание компетенций</i> | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | Формы и методы контроля и оценки результатов обучения |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий | ПК-1 | Способен принимать освоенные на принципах оптимизации решения по интеграции бизнес-процессов в организации любой организационно-правовой формы | ИД-1 пк-1 Знать: – правовые основы рекламы, используемые в комплексном (интегрированном) подходе к формированию операционной стратегии организации; ИД-2 пк-1 Уметь: – применять знания правовых основ рекламы при проведении анализа внешней среды организации и сравнении альтернативных операционных стратегий; – применять знания правовых основ рекламы при использовании ключевых элементов концепций и инструментов «Lean Production» (Бережливое производство) и «Шесть сигм»; ИД-3 пк-1 Владеть: – навыками использования правовых основ рекламы при применении «вытягивающих» (Pull) и «толкающих» (Push) технологий в деятельности организации; – навыками использования правовых основ рекламы при осуществлении выбора и применения количественных методов принятия решения, адекватных содержанию управленческой задачи | Текущий контроль: - устный опрос; - защита практических заданий; - защита индивидуального задания |
| Тип задач профессиональной деятельности: | ПК-4 | Способен на основе оценки экономических и социальных условий осуществ- | ИД-1 пк-4 Знать: – правовые основы рекламы с целью проведения анализа и | |

После изучения дисциплины обучающийся будет:

| Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций | Коды компетенции | Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | Формы и методы контроля и оценки результатов обучения |
|--|------------------|--|--|---|
| 1 научно-исследовательский | 2 | 3 влять предпринимательскую деятельность, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели | 4 оценки экономических и социальных условий для осуществления предпринимательской деятельности; – правовые основы рекламы с целью моделирования и управления бизнес процессами; ИД-2 пк-4 Уметь: – применять правовые основы рекламы для оценивания экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, для выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей; ИД-3 пк-4 Владеть: – навыками применения правовых основ рекламы при бизнес-планировании создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов); – навыками применения правовых основ рекламы при осуществлении координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками; – навыками применения правовых основ рекламы при подготовке организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур | 5 Текущий контроль: - устный опрос; - защита практических заданий; - защита индивидуального задания |

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 4.1 – Объем дисциплины и виды учебной работы

(Выписка из рабочего учебного плана)

| Форма контроля, семестр | | Трудовое количество | | | | | | | Вид уч. занят. | Распределение по курсам и семестрам | | |
|-------------------------|------|---------------------|----|----|--------------------------|-----|------|-------|----------------|-------------------------------------|--------|---|
| | | в часах | | | | | в ЗЕ | | | 2 курс | | |
| экз. | зач. | с преподавателями | | | В т.ч. контактная работа | СРС | К | Всего | | 3 сем. | 4 сем. | |
| | | аудиторные занятия | | | | | | | | | | |
| | | ЛК | ПЗ | ЛБ | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| - | 3 | 8 | 20 | - | 50 | 22 | - | 72 | 2 | ЛК | 8 | - |
| | | | | | | | | | | ПЗ | 20 | - |
| | | | | | | | | | | ЛБ | - | - |

4.2 Разделы дисциплины

Общая трудовое количество дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Таблица 4.2 – Разделы дисциплины

| № п/п | Раздел дисциплины | Семестр | Вид учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, трудовое количество | | | | | | Формы текущего контроля успеваемости |
|-------|---|---------|---|----|----|-------------------|----|-------|---|
| | | | в часах | | | | | в з.е | |
| | | | ЛК | ЛБ | ПЗ | Контактная работа | СР | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | Нормативное обеспечение рекламной деятельности | 3 | 4 | - | 12 | 27 | 11 | 1,06 | - устный опрос; - защита практических заданий; |
| 2 | Регулирование деятельности в области рекламы нормами отдельных отраслей права | 3 | 4 | - | 8 | 23 | 11 | 0,94 | - защита индивидуальных заданий |
| 3 | Итого по дисциплине | 3 | 8 | - | 20 | 50 | 22 | 2,0 | Итоговый контроль - зачет |

4.3.1 Лекционные занятия

Таблица 4.3.1 – Характеристика лекционных учебных занятий и самостоятельной работы

| № раздела | Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы) | Содержание раздела | | | |
|---------------------------|---|--------------------|--|------------|-----------------------|
| | | № темы | Наименование темы, дидактика | Объем, час | Ссылки на компетенции |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Нормативное обеспечение рекламной деятельности | ЛК-1.1 | Нормативное обеспечение рекламной деятельности | 1 | ПК-1 ПК-4 |
| | | ЛК-1.2 | Гражданско-правовые нормы, регулирующие рекламную деятельность. Особенности правового регулирования предпринимательской деятельности | 1 | |
| | | ЛК-1.3 | Интегрированная система менеджмента качества и бережливого производства: комплекс национальных стандартов ГОСТ Р 50 «Бережливое производство» и международных стандартов ИСО серии 9000 Система стандартов | 1 | |
| | | ЛК-1.4 | Саморегулирование в рекламе | 1 | |
| | Самостоятельное изучение | СИ-1 | Нормы авторского права в рекламной деятельности. Понятие и применение норм смежных прав | 4 | |
| | | СИ-2 | Особенности отдельных способов распространения рекламы | 3 | |
| | | СИ-3 | Особенности рекламы отдельных видов товаров | 4 | |
| Промежуточный контроль | | | Устный опрос, защита ПЗ, защита ИЗ | | |
| | Контактная работа | КСР | Контроль самостоятельной работы студентов | 10 | ПК-1 |
| | | КАТТ | Контроль за текущей успеваемостью | 1 | ПК-4 |
| | | ИТОГО: | | 11 | 4 |
| <i>Итого по разделу 1</i> | | | | Σ4/11/11 | |
| 2 | Регулирование деятельности в области рекламы нормами отдельных отраслей права | ЛК-2.1 | Регулирование деятельности в области рекламы, регулируемые административным правом | 2 | ПК-1 ПК-4 |
| | | ЛК-2.2 | Нормативное регулирование трудовой деятельности в области рекламы | 2 | |
| | Самостоятельное изучение | СИ-4 | Государственный надзор в сфере рекламы, в том числе в части соблюдения антимонопольного законодательства | 8 | |
| | | СИ-5 | Регулирование деятельности в области | 7 | |

| № раздела | Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы) | Содержание раздела | | | |
|---------------------------------|---|--------------------|---|------------|-----------------------|
| | | № темы | Наименование темы, дидактика | Объем, час | Ссылки на компетенции |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | рекламы, регулируемые уголовным правом | | ПК-1 ПК-4 |
| Промежуточный контроль | | | Устный опрос, защита ПЗ | | |
| | Контактная работа | КСР | Контроль самостоятельной работы студентов | 10 | ПК-1 |
| | | КАТТ | Контроль за текущей успеваемостью | 1 | ПК-4 |
| | | ИТОГО: | | 11 | 4 |
| <i>Итого по разделу 2</i> | | | | Σ4/11/11 | |
| <i>Итого по дисциплине</i> | | | | Σ8/22/22 | |
| Итоговый контроль – зачет | | | | | |
| *В интерактивной форме обучения | | | | 4* | |

4.3.2 Практические занятия

Таблица 4.3.2 – Характеристика практических учебных занятий

| Ссылки на компетенции | № ПЗ | Наименование темы практического занятия | Объем, час | Учебная деятельность студента |
|-----------------------|------|--|------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Семестр 3 | | | | |
| ПК-1 ПК-4 | ПЗ-1 | Нормативное обеспечение рекламной деятельности | 2 | – дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление глоссария по теме ПЗ; – выполнение индивидуального задания (написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для выступления на ПЗ; – контрольные вопросы |
| ПК-1 ПК-4 | ПЗ-2 | Гражданско-правовые нормы, регулирующие рекламную деятельность | 2 | – дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление перечня нормативных правовых актов по регулированию рекламной деятельности в РФ; – выполнение индивидуального задания (написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для выступления на ПЗ; – контрольные вопросы |
| ПК- | ПЗ- | Правовое регу- | 2 | – обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); |

| Ссылки на компетенции | № ПЗ | Наименование темы практического занятия | Объем, час | Учебная деятельность студента |
|-----------------------|------|---|------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Семестр 3 | | | | |
| ПК-4 | 3 | лирование предпринимательской деятельности | | <ul style="list-style-type: none"> – составление перечня нормативных правовых актов, регулирующих предпринимательскую деятельность; – выполнение индивидуального задания (написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для выступления на ПЗ); – контрольные вопросы |
| ПК-1 ПК-2 | ПЗ-4 | Интегрированная система менеджмента качества и бережливого производства: комплекс национальных стандартов ГОСТ Р 50 «Бережливое производство» и международных стандартов ИСО серии 9000 | 2 | <ul style="list-style-type: none"> – обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление перечня элементов и стандартов «Интегрированной системы менеджмента качества и бережливого производства» (по стандартам серии ГОСТ Р «Бережливое производство» и ИСО 9000); – выполнение индивидуального задания (написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для выступления на ПЗ); – контрольные вопросы |
| ПК-1 ПК-4 | ПЗ-5 | Нормы авторского права в рекламной деятельности | 2 | <ul style="list-style-type: none"> – дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление перечня авторских прав согласно части 4 ГК РФ; – выполнение индивидуального задания (написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для выступления на ПЗ); – контрольные вопросы |
| ПК-1 ПК-4 | ПЗ-6 | Саморегулирование в рекламе | 2 | <ul style="list-style-type: none"> – дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление перечня видов деятельности, которые подпадают под действие закона РФ № 315-ФЗ; – выполнение индивидуального задания (написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для выступления на ПЗ); – контрольные вопросы |
| ПК-1 ПК-4 | ПЗ-7 | Регулирование деятельности в области рекламы, регулируемые админист- | 4 | <ul style="list-style-type: none"> – дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление перечня норм статьи 14.3 КоАП РФ; – выполнение индивидуального задания (написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для выступления на ПЗ); |

| Ссылки на компетенции | № ПЗ | Наименование темы практического занятия | Объем, час | Учебная деятельность студента |
|---------------------------------|------|---|------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Семестр 3 | | | | |
| | | ративным правом | | – контрольные вопросы |
| ПК-1 ПК-4 | ПЗ-8 | Нормативное регулирование трудовой деятельности в области рекламы | 4 | – дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление перечня особенностей регулирования труда творческих работников СМИ в сфере рекламы согласно норм ТК РФ; – выполнение индивидуального задания (написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для выступления на ПЗ); – контрольные вопросы |
| Итого по дисциплине | | | ∑20 | |
| *В интерактивной форме обучения | | | 12* | |

4.3.3 Лабораторные работы – не предусмотрены.

4.3.4 Курсовая работа (проект) – не предусмотрена.

5 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При освоении дисциплины используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности магистров для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций.

Таблица 5.1 – Интерактивные образовательные технологии

| Методы и формы активизации деятельности | Виды учебной деятельности | | |
|--|---------------------------|----|-----|
| | ЛК | ПЗ | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Дискуссия | х | | |
| IT-методы | х | х | х |
| Командная работа | | х | х |
| Опережающая СРС | | | х |
| Проблемное обучение | | | х |
| Разбор конкретных ситуаций | х | | |
| Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты | | | х |

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы:

- теоретический материал дисциплины изучается на лекциях (с использованием мультимедиа);
- самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием интернет-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной учебной и научной литературы;
- закрепление теоретического материала при выполнении лабораторных работ с использованием IT-технологий, выполнение проблемно-ориентированных, творческих заданий.

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ»

В соответствии с ФГОС ВО выпускник по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Бренд – менеджмент и маркетинг», квалификации «магистр», после изучения данной дисциплины должен обладать следующими компетенциями, представленными в таблице 6.1. Содержание самостоятельной работы обучающихся представлено в таблице 6.2.

Таблица 6.1 – Компетентностные характеристики обучающегося по дисциплине «Правовые основы рекламы»

| Индекс | Наименование компетенции | Содержание компетенции | Технологии формирования | Форма оценочного средства * |
|--------|--------------------------|---|-------------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ПК-1 | Профессиональные | способен принимать основанные на принципах оптимизации решения по интеграции бизнес-процессов в организации любой организационно-правовой формы | ЛК ПЗ СРС | Текущий контроль: - устный опрос; - защита практических заданий; - защита индивидуального задания; |
| ПК-4 | Профессиональные | способен на основе оценки экономических и социальных условий владеть навыками координации предпринимательской деятельности, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей | | - зачёт. |

Таблица 6.2 - Содержание самостоятельной работы обучающихся

| № п/п | Виды самостоятельной работы | Тема дисциплины курса | Форма контроля |
|-------|--|-----------------------|----------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Изучение учебно-методической и научно- | 1-2 | Устный опрос |

| | | | |
|---|---|-----|--------------------------------|
| | методической литературы | | |
| 2 | Подготовка к выполнению и защита практических заданий | 1-2 | Собеседование, защита ПЗ |
| 3 | Выполнение индивидуального задания | 1-2 | Защита индивидуального задания |

На самостоятельную работу выделяется 22 часа.

6.2 Формы контроля

Для проверки знаний обучающихся предусматриваются следующие формы контроля:

К-1 Защита практических заданий

К-2 Защита индивидуального задания

К-3 Зачёт по дисциплине, включающий в себя весь лекционный курс и вопросы для самостоятельного изучения.

Для оценки качества учебной деятельности обучающихся применяется балльно-рейтинговая система (БРС). Оценка по дисциплине за семестр равна сумме баллов за работу в семестре (0-80) и числа баллов полученных на зачёте (0-20). Максимальный рейтинг, который обучающийся может получить за семестр 100 баллов. Максимальный балл проставляется за качественное и своевременное выполнение работ и требований к ним по всем видам деятельности обучающихся.

Баллы за работу в семестре включают в себя:

Баллы за работу на лекции: присутствие на лекции; введение конспекта.

Баллы за практические занятия: присутствие на занятии; ритмичность работы; оформление отчета; защита отчета.

Баллы за индивидуальное задание: реферат – это учебно-исследовательская работа студента, направленная на углубленное изучение им определенной темы. Реферат, не соответствующий требованиям, не оценивается, такой реферат возвращается студенту на доработку. Защита рефе-

ратов открытая, за углубленную проработку отдельных вопросов реферата, выполнение презентации, студент может получить дополнительные баллы. При сдаче рефератов позже установленного срока баллы снижаются.

Баллы за самостоятельную и дополнительную работу: оценивается самостоятельное изучение обучающимся модулей курса. Самостоятельная работа может быть выполнена в виде сообщения, структурно-логической схемы, таблицы, конспекта. Обучающийся может получить дополнительные баллы, если выполнял творческую работу (презентации, наглядные образцы и др.).

Итоговая аттестация: изучение курса завершается зачётом. К зачёту допускаются обучающиеся, набравшие по дисциплине 60 и более баллов. Зачёт проводится в устной форме. Минимальное количество баллов за зачёт – 0, максимальное – 20. Обучающийся, набравший за семестр менее 60 баллов, к зачёту не допускается, пока не сдаст не зачтенные темы.

Образец балльно-рейтингового листа приведен в ПРИЛОЖЕНИИ А (таблица А1, А.2).

6.2 Оценочные материалы для текущего контроля и аттестации студента представлены в методических указаниях «Фонд оценочных материалов по дисциплине «Правовые основы рекламы».

6.2.1 Вопросы для подготовки к зачёту

1. Авторское право и смежные права на рекламу.
2. Государственный надзор в сфере рекламы и ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Гражданское право и его роль в правовом регулировании рекламной деятельности.
4. Интеллектуальная собственность в рекламе: проблемы использования и охраны.

5. Международное право и его в правовом регулировании рекламной деятельности.
6. Нормативное регулирование трудовой деятельности специалистов в области рекламы.
7. Нормы авторского права в рекламной деятельности.
8. О соблюдении авторских прав при производстве и распространении рекламы.
9. Обязанности антимонопольного органа по соблюдению коммерческой, служебной и иной охраняемой законом тайны.
10. Обязанности антимонопольного органа по соблюдению коммерческой, служебной и иной охраняемой законом тайны.
11. Организация и проведение проверок в сфере рекламы.
12. Основы нормативного регулирования трудовой деятельности в области рекламы.
13. Особенности отдельных способов распространения рекламы.
14. Ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе.
15. Полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы.
16. Правовое регулирование отдельных способов распространения рекламы.
17. Правовой статус, права и обязанности рекламодателя.
18. Роль Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в соблюдении законодательства в сфере рекламы.
19. Саморегулирование в рекламе.
20. Федеральный закон № 38-ФЗ «О рекламе»: цели, сфера применения, основные понятия.

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Информация по учебно-методическому и информационному обеспечению дисциплины «Правовые основы рекламы» представлена в таблице 7.1.

7.2 Программное обеспечение

Для выполнения заданий по дисциплине «Правовые основы рекламы» обучающиеся используют:

– программное обеспечение: Windows 10 Pro, MS Office 2019; LibreOffice; Microsoft SQL Server 2017 Developer Edition;

– российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования eLIBRARY;

– профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс. – URL: <http://www.consultant.ru/> (некоммерческая версия);

Информационно-правовой портал Гарант.ру. – URL: <https://www.garant.ru/> (некоммерческая версия);

Научная электронная библиотека КиберЛенинка. – URL: <https://cyberleninka.ru/>.

Таблица 7.1 - Обеспечение образовательного процесса по образовательной программе 38.04.02 Менеджмент учебной и учебно-методической литературой

| № п/п | Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом | Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы | Количество экземпляров | Количество экземпляров литературы на одного обучающегося |
|---------------|---|---|------------------------|--|
| Б1.В.ДВ.01.02 | Правовые основы рекламы | <p><i>Основная литература:</i> Б-1 Богацкая, С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие. - Москва: Университетская книга, 2020. - 368 с. - URL: https://znanium.com/read?id=367508 Б-2 Дударова, Б.О. Правовое регулирование рекламной деятельности: курс лекций / Б.О. Дударова, С.А. Пузыревский; отв. ред. С.А. Пузыревский. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 256 с. - URL: https://znanium.com/read?id=372049 Б-3 Дорский, А.Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью: учебное пособие / А.Ю. Дорский. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский университет, 2019. - 216 с. - URL: https://znanium.com/read?id=353371.</p> <p><i>Дополнительная литература:</i> Б-4 Шебанова, Н.А. Правовое обеспечение индустрии моды: учебное пособие / Н.А. Шебанова. - Москва: Норма: ИНФРА-М, 2020.- 192 с. - URL: https://znanium.com/read?id=343680 Б-5 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 322 с. - URL: https://znanium.com/read?id=358550 Б-6 Арзуманян, А.Б. Международные стандарты защиты интеллектуальной собственности: учебное пособие / А.Б. Арзуманян. - Таганрог: Южный федеральный университет, 2019. - 96 с. - URL: https://znanium.com/read?id=357421. Б-7 Дмитриева, Л.М. Философия рекламной деятельности: учебное пособие / Л.М. Дмитриева, Д.К. Красноярова, Н.А. Анашкина. - Москва:</p> | 100% | |

| № п/п | Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом | Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы | Количество экземпляров | Количество экземпляров литературы на одного обучающегося |
|-------|---|--|------------------------|--|
| | | <p>Магистр: ИНФРА-М, 2019 - 256 с. - URL: https://znanium.com/read?id=355224.</p> <p><i>Учебно-методическая литература:</i></p> <p>М-1 Сапрыкина, О.А. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Правовые основы рекламы» / О.А. Сапрыкина. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина, 2021. – 42 с. - URL: https://moodle.ntirgu.ru</p> <p>М-2 Сапрыкина, О.А. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине «Правовые основы рекламы» /О.А. Сапрыкина. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина, 2021. – 32 с. - URL: https://moodle.ntirgu.ru</p> | 1 | 1 |

Заведующая библиотекой



личная подпись

расшифровка подписи

дата

Русских Н.И.

8 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

- Лекции:

- ✓ аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

- Практические работы

- ✓ аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

Информация о наличии специализированных аудиторий, лабораторий, технических средств обучения и т.д. представляется в виде таблицы (табл.8.1).

Таблица 8.1 - Обеспечение образовательного процесса по программе оборудованными учебными кабинетами, объектами для проведения практических занятий

| № п/п | Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом | Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения лабораторных/практических занятий с перечнем основного оборудования | Фактический адрес учебных кабинетов и объектов |
|---------------|---|---|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Б1.В.ДВ.01.02 | Правовые основы рекламы | Лекции - аудитории, оснащенные электронным мультимедийным оборудованием: проектор, экран, компьютеры/ноутбук. Практические занятия: Ауд. 504 - Учебная для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации (Ассортиментный кабинет): Аудиторная мебель – столы 12шт., стулья 14 шт., шкаф 3шт, стол преподавателя, доска аудиторная. Ноутбук с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, | Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина |

| № п/п | Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом | Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения лабораторных/практических занятий с перечнем основного оборудования | Фактический адрес учебных кабинетов и объектов |
|-------|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| | | <p>обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине.</p> <p>Ауд. 214 - Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации (компьютерный класс):</p> <p>Аудиторная мебель - компьютерные столы 11 шт., столы 3 шт., стулья 15 шт., компьютер в комплекте - 11 шт. с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет; стол преподавателя, доска аудиторная для писания мелом. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор).</p> <p>Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине.</p> <p>512 ауд. - Компьютерная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, лабораторных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации</p> <p>Аудиторная мебель - компьютерные столы 18 шт., стулья 18 шт., компьютер в комплекте - 18 шт. с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет; стол преподавателя, доска аудиторная для писания мелом. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине.</p> <p>Кондиционер – 1 шт.</p> | <p>Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина</p> |

9 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

3 семестр

| № нед. | Номер темы учебных занятий | | | Используемые учебно- методические мате- риалы | Самостоятельная работа обучаю- щихся (СРС) | Форма контроля |
|-----------|----------------------------|---------|----|--|--|-------------------|
| | ЛК | ПЗ | ЛБ | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | ЛК-1.1, 1.2 | | | Б-1 – Б-7, М-2 | СИ-1 – СИ-3 | БРС |
| 2 | | ПЗ-1, 2 | | Б-1 – Б-7, М-1, М-2 | СИ-1 – СИ-3 | БРС |
| 3 | ЛК-1.3, 1.4 | | | Б-1 – Б-7, М-2 | СИ-1 – СИ-3 | БРС |
| 4 | | ПЗ-3,4 | | Б-1 – Б-7, М-1, М-2 | СИ-1 – СИ-3 | БРС |
| 5 | ЛК-2.1 | | | Б-1 – Б-7, М-2 | СИ-1 – СИ-5 | БРС |
| 6 | | ПЗ-5,6 | | Б-1 – Б-7, М-1, М-2 | СИ-1 – СИ-5 | БРС |
| 7 | ЛК-2.2 | | | Б-1 – Б-7, М-2 | СИ-4 – СИ-5 | БРС |
| 8 | | ПЗ-7 | | Б-1 – Б-7, М-1, М-2 | СИ-4 – СИ-5 | БРС |
| 9 | | | | Б-1 – Б-7, М-2 | СИ-4 – СИ-5 | БРС |
| 10 | | ПЗ-8 | | Б-1 – Б-7, М-1, М-2 | СИ-4 – СИ-5 | БРС |
| 11 | | | | Б-1 – Б-7, М-2 | СИ-1 – СИ-5 | БРС |
| 12 | | | | Б-1 – Б-7, М-2 | СИ-1 – СИ-5 | БРС |
| 13 | | | | Б-1 – Б-7, М-2 | СИ-1 – СИ-5 | Зачёт |

**10 ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ С ДРУ-
ГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ НАПРАВЛЕНИЯ НА 2021/2022
УЧЕБНЫЙ ГОД**

| Наименование дисциплин, изучение которых опирается на данную | Кафедра | Предложения об изменениях в раб. программу и подпись зав. кафедрой | Решение, принятое кафедрой, разрабатывающей программу и подпись зав. кафедрой |
|--|---------|--|---|
| Антикризисное управление | ЭиУ | <i>ф/ф ОА Сапрыкина</i> | <i>ф/ф ОА Сапрыкина</i> |
| Антикризисный пиар | ЭиУ | <i>ф/ф ОА Сапрыкина</i> | <i>ф/ф ОА Сапрыкина</i> |
| Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы) | ЭиУ | <i>ф/ф ОА Сапрыкина</i> | <i>ф/ф ОА Сапрыкина</i> |

Декан ФТиД _____

h-
личная подпись

Аршинова Е.В.
расшифровка подписи

27.09.2021
дата

**11 ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ НА
20__/20__ УЧЕБНЫЙ ГОД**

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

- 1)
- 2)

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры _____
«__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____
личная подпись расшифровка подписи дата

Заведующая библиотекой _____
личная подпись расшифровка подписи дата

Декан ФТиД _____
личная подпись расшифровка подписи дата

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 - Оценка знаний студентов по балльно-рейтинговой системе по дисциплине «Правовые основы рекламы», 38.04.02 «Менеджмент», программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг».

очно - заочная форма обучения

(2 курс, 3 семестр)

| Вид контроля | Баллы | ДМ-1 | | | | | ДМ-2 | | | | | ДМ-3 | | | | | ДМ-4 | | | | | РР | | Всего | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|-------|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|----|-------------|----|----|----|----|-------------|----|----|----|----|-----|----|-------|----|-----|----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | ТР (неделя) | | | | | ТР (неделя) | | | | | ТР (неделя) | | | | | ТР (неделя) | | | | | Кто | РР | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | | | 21 | Кто | РР | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Посещаемость лк | 1 | * | | | | | | * | | | | * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Посещаемость пз | 1 | | * | | | * | | | | * | | | * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Конспекты лекций | 5 | | | | | | | | | * | | * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ритмичность (пз) | 2 | | * | | | * | | | * | * | | * | | | * | * | | * | | | * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Оформление отчета по пз | 3 | | * | | | * | | | * | * | | * | | | * | * | | * | | | * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Защита отчета по пз | 3 | | * | | | * | | | * | * | | * | | | * | * | | * | | | * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Самостоятельная работа | 5 | | | | | | | | * | * | | | | | * | * | | * | | | * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Защита индивидуального задания | 8 | | | | | | | | | * | | | | | * | * | | * | | | * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Дополнительные виды работ | 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Рейтинг по дисциплине (промежуточный) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Зачет | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Рейтинг по дисциплине (итоговый) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Примечание: ДМ-дисциплинарный модуль; ТР-текущий рейтинг; РР-рубежный рейтинг; ГР-промежуточный рейтинг
 Преподаватель: _____ / О.А. Сапрыкина /
 Зав. кафедрой ЭиУ: _____ /О.А. Сапрыкина/

Таблица А.2 - Рейтинговый лист по дисциплине «Правовые основы менеджмента» студента гр. _____

(курс 2, семестр 3)

| Нед. | № ЛК, ПЗ | Час | Тема лекции, практической работы | Рейтинговая оценка | | | | | | | | | | | | | |
|------|----------|-----|--|--------------------|------|-------------|------|------------------|------|----------------------|------|------|------|------|------|--|--|
| | | | | посещаемость | | ритмичность | | отчёт/ кон-спект | | защита ПЗ/ защита ИЗ | | СР | | | | | |
| | | | | план | факт | план | факт | план | факт | план | факт | план | факт | план | факт | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | | | | |
| 1 | ЛК-1.1 | 1 | Нормативное обеспечение рекламной деятельности | 1 | | - | | - | | | | | | | | | |
| | ЛК-1.2 | 1 | Гражданско-правовые нормы, регулирующие рекламную деятельность. Особенности правового регулирования предпринимательской деятельности | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | ЛК-1.3 | 1 | Интегрированная система менеджмента качества и бережливого производства: комплекс национальных стандартов ГОСТ Р 50 «Бережливое производство» и международных стандартов ИСО серии 9000 Система стандартов | 1 | | - | | - | | | | 5 | | | | | |
| | ЛК-1.4 | 1 | Саморегулирование в рекламе | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | ЛК-2.1 | 2 | Регулирование деятельности в области рекламы, регулируемые административным правом | 1 | | - | | - | | - | | - | | | | | |
| 7 | ЛК-2.2 | 2 | Нормативное регулирование трудовой деятельности в области рекламы | 1 | | - | | 5 | | - | | 5 | | | | | |
| 2 | ПЗ-1 | 2 | Нормативное обеспечение рекламной деятельности | 1 | | 2 | | 3 | | 3 | | - | | | | | |
| | ПЗ-2 | 2 | Гражданско-правовые нормы, регулирующие рекламную деятельность | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | ПЗ-3 | 2 | Правовое регулирование предпринимательской деятельности | 1 | | 2 | | 3 | | 3 | | - | | | | | |
| | ПЗ-4 | 2 | Интегрированная система менеджмента качества и бережливого производства: | | | | | | | | | | | | | | |

| Нед. | № ЛК, ПЗ | Час | Тема лекции, практической работы | Рейтинговая оценка | | | | | | | | | | | |
|--------|----------|-----|--|--------------------|------|-------------|------|---------------------|------|----------------------|------|------|------|------|------|
| | | | | посещаемость | | ритмичность | | отчёт/ кон-спект | | защита ПЗ/ защита ИЗ | | СР | | | |
| | | | | план | факт | план | факт | план | факт | план | факт | план | факт | план | факт |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | | |
| | | | комплекс национальных стандартов ГОСТ Р 50 «Бережливое производство» и международных стандартов ИСО серии 9000 | | | | | | | | | | | | |
| 6 | ПЗ-5 | 2 | Нормы авторского права в рекламной деятельности | 1 | | 2 | | 3 | | 11 | | - | | | |
| | ПЗ-6 | 2 | Саморегулирование в рекламе | | | | | | | | | | | | |
| 8 | ПЗ-7 | 4 | Регулирование деятельности в области рекламы, регулируемые административным правом | 1 | | 2 | | 3 | | 3 | | - | | | |
| 10 | ПЗ-8 | 4 | Нормативное регулирование трудовой деятельности в области рекламы | 1 | | 2 | | 3 | | 11 | | - | | | |
| | | | Всего: | 9 | | 10 | | 20 | | 31 | | 10 | | | |
| | | | Индивидуальное задание | | | | | 15 | | | | | | | |
| | | | Дополнительный рейтинг: | | | | | 10 | | | | | | | |
| Итого: | | 28 | Максимальный балл к зачёту: | | | | | 10+3+24+18+10+15=80 | | | | | | | |
| | | | Минимальный балл к зачёту: | | | | | 60 | | | | | | | |

Примечание: Посещаемость лекций, практических занятий – 1 балл;
 Проверка наличия конспектов лекций (неделя 7) – 5 баллов;
 Выполнение практического задания в срок (ритмичность) – 2 балла, отсутствие – 0 баллов, отработка – 1 балл;
 Составление отчёта о выполнении практического занятия – 3 балла;
 Защита отчёта о выполнении практического занятия – 3 балла;
 Выполнение и защита индивидуального задания – 8 баллов;
 Контроль выполнения самостоятельной работы – 5 баллов;
 Дополнительные виды работ – 10 баллов;
 Минимальный балл для допуска к зачёту – 60 баллов.

| | | |
|---------------|--------------|----------------|
| Итого: | Балл: | Оценка: |
|---------------|--------------|----------------|