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./
«_____» _____2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры: Продакт-менеджмент и маркетинг

Квалификация выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная

факультет Технологии и дизайна
кафедра: Экономики и управления

2курс, 3семестр

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.*)		

Новосибирск 2025

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 «Продакт-менеджмент и маркетинг».

4. Рабочий учебный план. Направление: 38.04.02 «Менеджмент» (квалификация «магистр»). Программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг», набор 2025г. (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 29.08.2025 г.).

Зав. кафедрой ЭиУ
доц., канд.экон.наук _____ О.А. Сапрыкина

Декан ФТиД
канд.техн.наук _____ Т.О. Бунькова

СОДЕРЖАНИЕ

1 Паспорт процесса - аннотация 4
2 Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры 6
3 Ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершению освоения программы учебной дисциплины 7
4 Структура и содержание учебной дисциплины 10
5 Образовательные технологии 14
6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины 15
7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля) 18
8 Условия реализации программы дисциплины 21
9 Учебно-методическая карта дисциплины 23
10 Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами направления на 2025/2026 учебный год 24
11 Дополнения и изменения к рабочей программе на 20__/20__ учебный год 25
Приложение А 26

1 ПАСПОРТ ПРОЦЕССА - АННОТАЦИЯ

<table>
<tr><td>Обозначение документа</td><td>Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011</td><td>Наименование процесса</td></tr>
<tr><td>Шифр дисциплины Б1.В.ДВ.01.02</td><td colspan="2">7.3 и 7.5</td><td>Преподавание дисциплины «Правовые основы рекламы»</td></tr>
<tr><td colspan="2">Определение процесса:
процесс преподавания дисциплины «Правовые основы рекламы» для обучающихся очно-заочной формы обучения направление подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг» ориентированный на выполнение требований ФГОС ВО</td><td colspan="2">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">Владелец процесса:
кафедра Экономики и управления</td><td colspan="2">Ответственный руководитель процесса:
доц., канд.техн.наук Сапрыкина О.А.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Входы процесса:
студенты и знания, полученные студентами при изучении дисциплин бакалавриата и специалитета.</td><td colspan="2">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></td></tr>
</table>

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Шифр дисциплины Б1.В.ДВ.01.02	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Правовые основы рекламы»
		– 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:		Требования к выходам процесса: Перечень компетенций, освоенных в ходе изучения дисциплин (в соответствии с ФГОС ВО): –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)
Поставщики процесса: Кафедра, участвующая в преподавании дисциплины, предшествующей изучению данной дисциплины: 1. Кафедра Экономики и управления		Потребители процесса: Обучающиеся 2 курса очно-заочной формы обучения магистратуры и их будущие работодатели
Управляющие воздействия: - ФГОС ВО - рабочий учебный план - рабочая программа по дисциплине - порядок проведения итоговой аттестации		Основные ресурсы: 2 з.е (72 часа).: Лекции –8 часов; практические занятия – 20 часов; самостоятельная работа –22 часов;

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Шифр дисциплины Б1.В.ДВ.01.02	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Правовые основы рекламы»
по дисциплине (зачет)		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 (*особенность*)	Содержание
Ядро *дисциплины*	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 номы, 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)
Практическая направленность (практическая часть) дисциплины	Практическая часть *дисциплины* содержит: Практические работы на тему: - Нормативное обеспечение рекламной деятельности; - Гражданско-правовые нормы, регулирующие рекламную деятельность; - Правовое регулирование предпринимательской деятель-

Принцип (*особенность*)	Содержание
	ности; - 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» контроля	Промежуточный контроль: устный опрос защита практических 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

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 *Содержание компетенций*	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 основанные 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 осущест-	***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	*2*	3	4	5
научно-исследовательский		влять предпринимательскую деятельность, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	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	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		Трудоемкость								Вид уч. занят.	Распределение по курсам и семестрам	
		в часах						в ЗЕ			2 курс	
		с преподавателями				СРС	К	Всего			3 сем.	4 сем.
экз.	зач.	аудиторные занятия			В т.ч. контактная работа							
		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 трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы, 72 часа.

Таблица 4.2 – Разделы дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Вид учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, трудоемкость						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; - защита индивидуальных заданий
2	Регулирование деятельности в области рекламы нормами отдельных отраслей права	3	4	-	8	23	11	0,94	
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 номы, 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 ПК-4
		КАТТ	Контроль за текущей успеваемостью	1	
		ИТОГО:		11	
Итого по разделу 1				∑4/11/11	
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 рекламы, регулируемые уголовным правом	7	ПК-1

№ 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
					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	
Итого по разделу 2				∑4/11/11	
Итого по *дисциплины*				∑8/22/22	
Итоговый контроль – зачёт					
*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-1 ПК-4	ПЗ-3	Правовое регулирование предпринимательской деятельности	2	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление перечня нормативных правовых актов, регулирующих предпринимательскую деятельность; – выполнение индивидуального задания (написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для

Ссылки на компетенции	№ ПЗ	Наименование темы практического занятия	Объем, час	Учебная деятельность студента
1	2	3	4	5
Семестр 3				
				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	– 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	– 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	– 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 административным правом	4	– 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; – контрольные вопросы
ПК-1 ПК-4	ПЗ-8	Нормативное регулирование трудовой дея-	4	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление перечня особенностей регулирования труда творческих работников СМИ в сфере рекламы

Ссылки на компетенции	№ ПЗ	Наименование темы практического занятия	Объем, час	Учебная деятельность студента
1	2	3	4	5
Семестр 3				
		тельности в области 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

В соответствии с ФГОС ВО выпускник по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Продакт – 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; - зачёт.
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		

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-методической литературы	1-2	Устный опрос

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.

6.2Формы 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 рефератов 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 SQLServer2017 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	*Основная литература:* Б-1 Богацкая, С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие. - Москва: Университетская книга. 2020. - 368 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=367508	100%	
		Б-2 Дударова, Б.О. Правовое регулирование рекламной деятельности: курс лекций / Б.О. Дударова, С.А. Пузыревский; отв. ред. С.А. Пузыревский. – Москва: Норма: ИНФРА-М, 2018. – 256 с. – URL: https://znanium.ru/read?id=372049	100%	
		Б-3 Гончаренко, Л.И. Актуальные проблемы права интеллектуальной собственности: учебник / Л.И. Гончаренко, И.А. Кулешова, О.В. Лосева [и др.]; под ред. проф. Г.Ф. Ручкиной. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 320 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=424675	100%	
		Б-4 Шебанова, Н.А. Правовое обеспечение индустрии моды: учебное пособие / Н.А. Шебанова. – Москва: Норма: ИНФРА-М, 2023.-192 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=416728	100%	
		Дополнительная литература: Б-5 Шебанова, Н.А. «Модное» право: монография / Н.А. Шебанова. — Москва: Норма: ИНФРА-М, 2024. - 176 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=439170	100%	
		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.ru/read?id=357421	100%	
		Учебно-методическая литература: М-1 Сапрыкина, О.А. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Правовые основы рекламы»	1	

№ 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
		/ О.А. Сапрыкина. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина, 2025. – 42 с. - URL: https://moodle.ntirgu.ru 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, 2025. – 23 с. - URL: https://moodle.ntirgu.ru	1	

Заведующая библиотекой _____Русских Н.И._____
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

8 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1Материально-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, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине. Ауд. 214 - Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации (компьютерный класс):	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина 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
		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). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине. 512 ауд. - Компьютерная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, лабораторных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации 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. Кондиционер – 1 шт.	

9 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

3 семестр

№ нед.	Номер темы учебных занятий			Используемые учебно-методические материалы	Самостоятельная работа обучающихся (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 ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ НАПРАВЛЕНИЯ НА 2025/2026 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		
Антикризисный пиар	ЭиУ		
Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы)	ЭиУ		

Декан ФТиД _____Т.О. Бунькова_____

личная подпись *расшифровка подписи* *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 «Продакт-менеджмент и маркетинг».

очно - заочная форма обучения

(2 курс, 3 семестр)

Вид контроля	Баллы	ДМ-1				ДМ-2					РР	ДМ-3				ДМ-4					РР	Всего
		ТР (неделя)									Итого	ТР (неделя)									Итого	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17	18		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Посещаемость лк	1	*		*		*		*														4
Посещаемость пз	1		*		*		*		*			*										5
Конспекты лекций	5							*														5
Ритмичность (пз)	2		*		*		*		*			*										10
Оформление отчета по пз	3		*		*		*		*			*										15
Защита отчета по пз	3		*		*		*		*			*										15
Самостоятельная работа	5			*				*														10
Защита индивидуального задания	8						*					*										16
Дополнительные виды работ	10																					10
Рейтинг по дисциплине (промежуточный)																						80
Зачет																						20
Рейтинг по дисциплине (итоговый)																						100

Примечание: ДМ-дисциплинарный модуль;ТР-текущий рейтинг; РР-рубежный рейтинг; ПР-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/ конспект		защита ПЗ/ защита ИЗ		СР	
				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 номы, 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/ конспект		защита ПЗ/ защита ИЗ		СР	
				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 балл;
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:***

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 «Продакт-менеджмент и маркетинг»

В соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Продакт-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: *(необходимость сокращения, дополнения или переработки отдельных частей текста рукописи)*	Нет
15	К процессу разработки и актуализации РПД и учебно-методических материалов дисциплины привлекаются работодатели, ориентированные на выпускников программы: *участие в разработке содержания программы, предоставление исходных материалов для анализа, расчётных программ, фильтров и прочее*	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 «Продакт-менеджмент и маркетинг» в представленном виде.

Рецензент:
ст. препод., ведущий юрисконсульт Е.Н. Архипенко