



Основная профессиональная образовательная программа  
40.03.01 Юриспруденция  
(Юриспруденция)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

**ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра теории и истории государства и права,  
конституционного права и прав человека

ОДОБРЕНО:  
Руководитель ОП

\_\_\_\_\_  
(подпись) О.В. Кузьмина

«31» августа 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**Правовое регулирование рекламы**

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	40.03.01 Юриспруденция
Направленность (профиль) образовательной программы:	Юриспруденция



## **1. Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Правовое регулирование рекламы» являются

- ✓ усвоение понятия рекламы, её признаков и законодательной дефиниции «реклама»;
- ✓ изучение международно-правовых стандартов рекламы;
- ✓ анализ рекламного права как формирующейся отрасли рекламного права;
- ✓ уяснение основных видов рекламной информации и специфики их правовой регламентации в РФ и западноевропейских странах;
- ✓ понимание института юридической ответственности за правонарушения в сфере рекламы по действующему российскому и иностранному законодательству;
- ✓ а также осуществление практической подготовки обучающихся посредством выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы.

## **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина является дисциплиной по выбору студентов и относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательного процесса.

Она связана с такими предметами как «Теория государства и права», «Профессиональная этика», которые ей предшествуют; взаимосвязана с учебными курсами, которые изучаются в третьем семестре – «Философия», «Экономика», а также с отраслевыми дисциплинами, которые студенты начинают изучать с третьего семестра и позднее – «Конституционное право», «Административное право», «Гражданское право», «Налоговое право»; «Уголовное право»; «Международное право».

Для освоения данной дисциплины обучающийся должен:

Знать: следующие понятия: информация, этика, этические нормы; юридические понятия, категории, конструкции: норма права (признаки, структура и виды), источники (формы) права (нормативный правовой акт и нормативный договор), механизм правового регулирования, толкование норм права (способы и виды), юридический факт (виды и разновидности), правонарушение (признаки, состав, виды), юридическая ответственность (основания, принципы, виды), правоприменительные акты.

Уметь: работать с нормативным материалом (нормативными правовыми актами), толковать нормы права и составлять юридические документы.

Иметь навыки: владения понятийно-категориальным аппаратом теории государства и права, этики.

## **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

### **3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина**

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

профессиональные (ПК):

- способен принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законодательством Российской Федерации (ПК-2).

### **3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с формируемыми компетенциями**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:



Основная профессиональная образовательная программа  
40.03.01 Юриспруденция  
(Юриспруденция)

- легальное понятие рекламы, правовое регулирование в сфере рекламы, нормы формирующегося в России рекламного права, нормы, предусматривающие юридическую ответственность за нарушения законодательства в сфере рекламы (ПК-2).

Уметь:

- принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законодательством РФ применять нормы действующего Федерального закона «О рекламе», подзаконные нормативные правовые акты в этой сфере, общепринятые в мире стандарты рекламной деятельности (ПК-2).

Иметь:

- навыки владения понятийным аппаратом рекламного законодательства (ПК-2).

#### 4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа), в т.ч.: практическая подготовка – 2 академических часа в очной форме обучения.

##### 4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Формы промежуточной аттестации
1.	Вводный. Введение в проблематику дисциплины, представление рабочей программы, осмысление требований к организации процесса обучения, самостоятельной работы и форм аттестации	4	2	2 семинар	Входная диагностика: тест с последующим обсуждением результатов. Список вопросов, интересующих студента по содержанию дисциплины (сдается в письменном виде)
2.	Понятие рекламы в доктрине и действующем российском и западноевропейском законодательстве.	4	4	2 практ. занятие	Устный опрос
3.	Основные виды рекламной информации и их правовое регулирование в РФ и за рубежом.	4	4	2 семинар	Устный опрос, доклады-презентации и их обсуждение
4.	Классификация и характеристика различных видов рекламной деятельности и их правовые аспекты.	4	4	4 семинар	Устный опрос, доклады, их обсуждение
5.	Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе.	4	4	4 практ. занятие 2 практ. занятие (ПП)	Устный опрос, доклады-презентации, Обсуждение казусов в сфере рекламного права, судебных решений по



Основная профессиональная образовательная программа  
40.03.01 Юриспруденция  
(Юриспруденция)

					вопросам рекламной деятельности. Мозговой штурм
6.	Заключительный. Подведение и анализ промежуточных результатов освоения дисциплины	4		2 практ. занятие	
Итого за семестр:			18	16	Зачет
Итого по дисциплине:			18	16	

#### 4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

##### Тема 1. Понятие рекламы в доктрине и действующем российском и западном законодательстве

1. Понятие рекламы в узком и широком смысле слова.
2. Основные признаки рекламы в зарубежной и отечественной литературе.
3. Дефиниция понятия в законодательстве ФЗ «О рекламе» 1995 г. и 2006 г.
4. Признаки понятия «реклама», являющиеся значительными для действующего российского законодательства.
5. Понятия «информация», «коммуникация», «представление», их соотношение.
6. Рекламное право как формирующаяся отрасль системы современного российского права

##### Тема 2. Основные виды рекламной информации и их правовое регулирование в РФ и западноевропейских странах

1. Коммерческая реклама в системе межотраслевого правового регулирования.
2. Политическая реклама и ее юридическая регламентация.
3. Социальная реклама и ее законодательное регулирование.

##### Тема 3. Классификация и характеристика различных видов рекламной деятельности и их правовые аспекты

1. Виды рекламной деятельности в РФ.
2. Наружная реклама: понятие, признаки, виды, типы (динамичная и статичная), правовое регулирование в России.
3. Правовое регулирование рекламы в печатных СМИ (модуль, рубрика, статья), на радио (дикторское объявление и музыкальная заставка) и телевидении (videоролики, бегущая строка, телемагазины, спонсорство).
4. Реклама в Интернете (баннер, текстовая, видеоролики) и ее правовое регулирование рекламы в сети Интернет.
5. Спонсорская реклама и ее правовая регламентация.
6. Реклама адвокатской деятельности по российскому и зарубежному законодательству.

##### Тема 4. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе

1. Ненадлежащая реклама как основание возложения юридической ответственности
2. Гражданско-правовая ответственность за деликты в сфере рекламной деятельности.
3. Административная ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
4. Уголовная ответственность за преступления в сфере рекламного законодательства.



5. Другие виды юридической ответственности за правонарушения в сфере рекламы.

### **5. Образовательные технологии**

Для достижения целей дисциплины и формирования предусмотренных программой компетенций используется сочетание репродуктивной, диалогической, творческой, игровой, компьютерной, проектной и иных технологий активного/интерактивного обучения, технологии смешанного обучения. Выбор технологий обуславливается формами аудиторных занятий (лекции, практические занятия) и необходимостью организации и контроля самостоятельной работы студентов.

Основными видами аудиторной работы являются лекции, в т.ч. «лекция-дискуссия», лекция проблемного характера, «мозговой штурм».

Особое место в учебном процессе занимают практические занятия, чей удельный вес превышает количество лекций. При проведении практических занятий студентам предлагаются проблемные ситуации, обсуждение и решение которых требует нестандартного мышления и глубокого проникновения в материал. При рассмотрении отдельных тем используются такие образовательные технологии, как групповая дискуссия, выступление с эссе, докладом, их презентации и др.

### **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа студентов предполагает работу с соответствующим учебным и нормативным материалом при подготовке к практическим занятиям и зачету. Задачами самостоятельной работы студентов выступают: закрепление, углубление, расширение и систематизация знаний, полученных во время аудиторных занятий; самостоятельное овладение новым учебным материалом; развитие профессиональных умений, а также умений и навыков самостоятельного умственного труда; развитие самостоятельности мышления, интереса к юридической литературе, практической юридической и педагогической деятельности. В ходе самостоятельной подготовки обучаемый приобретает устойчивые навыки работы с электронными ресурсами (СПС КонсультантПлюс, Гарант, Кодекс и др.), с сайтами российских и зарубежных библиотек, международных организаций, органов государственной власти и местного самоуправления, государственных и общественных институтов. Необходимое для самостоятельной работы студентов учебно-методическое и информационное обеспечение указано в Разделе 8 Программы.

Формами организации самостоятельной работы по данной учебной дисциплине выступают: подготовка докладов-презентаций.

### **7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

В курсе предусмотрены две формы контроля: текущий и итоговый (промежуточная аттестация).

*Текущий контроль* направлен на выявление уровня усвоения студентами материала лекций и практических занятий; определение сложных, проблемных для студентов вопросов; осуществление контроля за организацией самостоятельной работы студентов.

Осуществляется путем оценки выступлений по вопросам практических занятий и оценки ими конкретных рекламных проектов с точки зрения действующего российского законодательства; подготовки докладов и выступлениями с ними на семинарских занятиях. Материалы для текущего контроля содержатся в Приложении 1.



*Итоговый контроль* направлен на оценку сформированных в ходе изучения студентом дисциплины «Правовое регулирование рекламы» знаний, умений и навыков в рамках формируемых курсом общекультурных и профессиональных компетенций. Формой итогового контроля является зачет, который проводится по двум контрольным (примерным) вопросам в устной форме.

Теоретические вопросы позволяют оценить уровень полученных студентом соответствующих знаний, а практико-ориентированные – уровень приобретенных ими умений и навыков.

Примерный перечень вопросов содержится в Приложении 1 к рабочей программе.

**Зачет** проводится в форме собеседования в ходе которого проверяются знания Федерального закона «О рекламе» 13.03.2006 г. (№ 38 - ФЗ) в последней редакции (на момент собеседования) и административной и гражданско-правовой ответственности за нарушение законодательства в сфере рекламы. Вопросы для собеседования см. в Приложении 1.

Оценка «зачтено» может быть поставлена и без сдачи зачета при выполнении обучающимися следующих условий: а) посещениях всех лекций и семинарских занятий; б) активном участии в их работе (ответы на вопросы планы практических занятий, дополнения, обсуждение докладов, выступление с докладом и презентацией) и положительной оценке этой работы преподавателем.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях норм рекламного законодательства (не знает правовое регулирование наружной рекламы, рекламы в СМИ), допустившему принципиальные (грубые) ошибки при ответе на вопросы (виды юридической ответственности за нарушение законодательства в сфере рекламы, юридическую ответственность физических лиц с правовой ответственностью юридических лиц).

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Основная литература

1. Богацкая, С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / С.Г. Богацкая. - Москва : Логос, 2007. - 365 с. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98699-032-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84750> (28.03.2019).
2. Каптюхин, Р.В. Теория и правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / Р.В. Каптюхин, А.А. Романов. - Москва : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005. - 386 с. - ISBN 5-7764-0268-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90433> (28.03.2019).
3. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 240 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01546-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651> (28.03.2019).

### Дополнительная литература

1. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» / Д.С. Бадалов, И.И. Василенкова, Н.Н. Карташов и др. - Москва : Статут, 2012. - 462 с. - ISBN 978-5-8354-0808-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=448881> (28.03.2019).
2. Хомяков, В.И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы : учебное пособие / В.И. Хомяков, В.А. Егошкина. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 264 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-9044-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476726> (28.03.2019).



3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 334 с. - Библиогр.: с. 319-322 - ISBN 978-5-394-00783-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930\(28.03.2019\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930(28.03.2019)).
4. Ананьева, Н.В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н.В. Ананьева, Ю.Ю. Суслова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : СФУ, 2017. - 198 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7638-3733-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496962> (28.03.2019).
5. Антипов, К.В. Основы рекламы : учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02394-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031> (28.03.2019).
6. Кунгурцев, К.И. Правовые аспекты регулирования рекламного рынка в России / К.И. Кунгурцев. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 109 с. - ISBN 978-5-504-00190-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141919> (28.03.2019).
7. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093> (28.03.2019).
8. Трушина, Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы : учебник / Л.Е. Трушина. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 246 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01087-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453360\(28.03.2019\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453360(28.03.2019)).
9. Учёнова, В.В. История рекламы : учебник / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. : ил. - ISBN 978-5-238-01462-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298> (28.03.2019).

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет»  
<https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru);

<http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/polnotekstovye-resursy/ebs-universitetskaya-biblioteka>

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/polnotekstovye-resursy/elibnew>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»:

доступ к некоммерческой версии: <https://www.consultant.ru/online/>

доступ к коммерческой версии осуществляется в компьютерных классах ИвГУ на основании заключенного договора с ООО Фирма «НТЦ Консультант»

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Edge и(или) Yandex Browser.



## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;

- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, выполнения курсовых работ с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения.

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС (компьютерный класс, 8 учебный корпус)

Мультимедийное оборудование кафедры для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа. Демонстрация на занятиях портретов ученых – юристов и их трудов.



Основная профессиональная образовательная программа  
40.03.01 Юриспруденция  
(Юриспруденция)

**Автор рабочей программы дисциплины:** заведующий кафедрой теории и истории государства и права, конституционного права и прав человека, доцент, кандидат исторических наук Поцелуев Е.Л.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры теории и истории государства и права, конституционного права и прав человека

« 31» августа 2024 г., протокол № 1

Программа обновлена  
протокол заседания кафедры № 1 от «29» августа 2025 г.

Согласовано:

Руководитель ОП \_\_\_\_\_ / О.В. Кузьмина  
(подпись)

Программа обновлена  
протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Согласовано:

Руководитель ОП \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(подпись)

Программа обновлена  
протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Согласовано:

Руководитель ОП \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(подпись)