

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя»
(РИЗП)**

РАССМОТРЕНО И СОГЛАСОВАНО
на заседании кафедры «Маркетинг»
протокол № 11 от 26.06.2017 г.
Зав. кафедрой «Маркетинг»



к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по организации самостоятельной работы студентов и проведению
практических (семинарских) занятий
по дисциплине (модулю)

**Правовое регулирование рекламно-коммуникационной
деятельности**

код и наименование направления подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

**Ростов-на-Дону
2017г.**

Учебно-методические указания по организации самостоятельной работы студентов и проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) «Правовое регулирование рекламно-коммуникационной деятельности» направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата),

Автор(ы):

Ст. препод. Кафедры «Маркетинга» Иванченко М.А.

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

Тема 1. «Понятие и признаки рекламы»

Задания для семинарского занятия

1. Понятие рекламы, признаки рекламы: их значение и классификация.
2. Реклама, рекламная деятельность, рекламный бизнес в историческом развитии.
3. Роль рекламы в социокультурной и правовой жизни людей.
4. Понятие рекламы по законодательству России и зарубежных стран.
5. Специфика подходов к делению рекламы на виды. Факторы, влияющие на выбор классификационных оснований. Правовые и не правовые классификации рекламы.
6. Общеправовая классификация рекламы. Гражданско-правовая классификация рекламы.
7. Функции рекламы.
 - Позитивные и негативные функции рекламы.
 - Социальные функции (образовательная, экономическая, эстетическая, воспитательная) рекламы.
 - Специальные функции рекламы.

Задания для самостоятельной работы

1. Анализ признаков рекламы.
2. Цель информационного воздействия.
3. Понятие рекламного продукта.
4. Понятие объекта рекламирования.
5. Отличие рекламы от смежных понятий (фирменное наименование, вывеска, табличка, товарный знак, публицити и другие).

Тема 2. Понятие, источники и развитие рекламного права в России

Задания для семинарского занятия

1. Развитие правового регулирования рекламных отношений в России в дореволюционный, советский и современный период.
2. Понятие и источники рекламного права.
3. Источники законодательства о рекламе: иерархия и проблемы гармонизации.
4. Базовый нормативный правовой акт отрасли – ФЗ «О рекламе»: значение, изменения, новации.
5. Место законодательства о рекламе в правовой системе России.
6. Современные тенденции, динамика и перспективы развития рекламного права в России.

Задания для самостоятельной работы

1. Рекламное право как самостоятельная отрасль российского права.
2. Понятие законодательства о рекламе в широком и узком смысле слова.
3. Рекламное право как комплексная отрасль.
4. Предмет и метод правового регулирования рекламной деятельности.
5. Рекламное право как учебная дисциплина.

Тема 3. Отношения в области рекламы как предмет правового регулирования, государственного контроля и саморегулирования.

Задания для семинарского занятия

1. Общая характеристика отношения в области рекламы как предмета правового регулирования.
2. Участники отношений в области рекламы: субъекты рекламной деятельности (рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, правообладатели), потребители рекламы и заинтересованные лица.
3. Система актов законодательства о рекламе.
4. Постановление Конституционного Суда РФ от 04.03.1997 №4-П «По делу о проверке Конституционности статьи 3 Федерального закона от 18 июля 1995 года «О рекламе».

Задания для самостоятельной работы

1. Государственный контроль в области рекламы: антимонопольные органы и их структура и полномочия.
2. Саморегулирование в сфере рекламы: правовой статус саморегулируемых
3. Организаций и норм саморегулирования

Тема 4. Требования к рекламе в защиту экономических, информационных и социально-культурных отношений.

Задания для семинарского занятия

1. Требования к рекламе в защиту конкуренции: общая характеристика недобросовестной конкуренции как формы злоупотребления свободой экономической деятельности; запрет недобросовестной рекламы
2. Требования к рекламе в защиту интересов потребителей: запрет недостоверной, искаженной рекламы и рекламы, вводящей в заблуждение потребителей.
3. Специальные требования в защиту несовершеннолетних;
4. Требования к рекламе в защиту свободы информационного оборота: запрет злоупотребления свободным распространения информации (скрытая реклама, несанкционированная реклама (SPAM), нераспознаваемая реклама и др.).
5. Требования к рекламе в защиту безопасности и правопорядка: запрет рекламы, посягающей на общественную безопасность (включая безопасность дорожного движения), личную безопасность или правопорядок. Специальные требования в защиту несовершеннолетних.
6. Требования к рекламе в защиту здоровья населения: меры по предупреждению вреда здоровью, вызываемого обычным или неправильным потреблением отдельных товаров. Нормы медицинской этики в рекламе.
7. Требования к рекламе в защиту государственного языка. Требования к рекламе в защиту интересов несовершеннолетних

Задания для самостоятельной работы

1. Обязательная информация для потребителей в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи, в рекламе о проведении

стимулирующих мероприятий; информация о стоимости; срок действия рекламы, признаваемой офертой

2. Требования к рекламе в защиту норм гуманности и морали: запрет непристойной и дискриминационной рекламы

Тема 5. Правовое регулирование рекламы в теле- и радио программах и передачах.

Задания для семинарского занятия

1. Правовое регулирование рекламы в телепрограммах и телепередачах: - ограничения времени вещания рекламы (общая продолжительность и количество выпусков рекламы в течение часа, в течение суток, в течение отдельной телепередачи, продолжительность отдельного выпуска рекламы); - ограничения, не относящиеся ко времени вещания рекламы;
- ограничения времени вещания рекламы в отдельных телепередачах (виды телепередач, общая продолжительность и количество выпусков рекламы в течение отдельной телепередачи, продолжительность отдельного выпуска рекламы);
- требования к прерываниям телепрограмм и телепередач рекламой;
- требования к совмещению рекламы с телепрограммой;
- ограничения рекламы отдельных видов товаров в телепрограммах.

Задания для самостоятельной работы

Правовое регулирование рекламы в радиопрограммах и радиопередачах:

- ограничения времени вещания рекламы (общая продолжительность и количество выпусков рекламы в течение часа, в течение суток, в течение отдельной радиопередачи, продолжительность отдельного выпуска рекламы);
- ограничения, не относящиеся ко времени вещания рекламы;
- ограничения времени вещания рекламы в отдельных радиопередачах (виды радиопередач, общая продолжительность и количество выпусков рекламы в течение отдельной радиопередачи, продолжительность отдельного выпуска рекламы);
- ограничения рекламы отдельных видов товаров в радиопрограммах.

Тема 6. Правовое регулирование наружной рекламы.

Задания для семинарского занятия

1. Требования к рекламным конструкциям (средствам наружной рекламы) и их размещению (ГОСТР 52044-2003); правовые последствия нарушения данных требований.
2. Порядок и условия заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции; срок действия договора; временные рекламные конструкции.
3. Порядок и условия заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на основе торгов (в форме конкурса или аукциона).
4. Порядок и условия получения разрешения на установку рекламной конструкции; срок рассмотрения заявления и основания отказа в выдаче

разрешения; срок действия разрешения на установку рекламной конструкции; самовольная установка рекламной конструкции её правовые последствия.

Задания для самостоятельной работы

1. Основания для аннулирования разрешения на установку рекламной конструкции или признания его недействительным; порядок демонтажа рекламной конструкции и удаления рекламной информации.
2. Ограничения деятельности лиц, занимающих преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы; правовые последствия нарушения данных ограничений.
3. Ограничения наружной рекламы отдельных видов товаров.

Тема 7. Правовое регулирование иных форм и способов рекламы.

Задания для семинарского занятия

1. Правовое регулирование рекламы в периодических печатных изданиях.
2. Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров в периодических печатных изданиях.
3. Правовое регулирование рекламы, распространяемой при кино- и видеообслуживании.
4. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и с их использованием: ограничения рекламы отдельных видов товаров на транспортных средствах.

Задания для самостоятельной работы

1. Правовое регулирование рекламы, распространяемой по сетям электросвязи, предоставляемой при справочном телефонном обслуживании, размещаемой на почтовых отправлениях.
2. Правовое регулирование проведения рекламных акций: требования к рекламе отдельных видов товаров с использованием рекламных акций.

Тема 8. Правовое регулирование рекламы товаров в защиту личной и общественной безопасности, здоровья населения.

Задания для семинарского занятия

1. Товары, реклама которых не допускается.
2. Правовое регулирование рекламы алкогольной продукции: требования к распространению рекламы; требования к содержанию рекламы.
2. Правовое регулирование рекламы пива: требования к распространению рекламы; требования к содержанию рекламы.
3. Правовое регулирование рекламы табачных изделий.
4. Правовое регулирование рекламы лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг.
5. Правовое регулирование рекламы оружия

Задания для самостоятельной работы

1. Правовое регулирование рекламы биологически активных добавок и пищевых добавок.

2. Правовое регулирование рекламы продуктов детского питания.
3. Правовое регулирование рекламы продукции военного назначения.

Тема 9. Государственный надзор в сфере рекламы. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе

Задания для семинарского занятия

1. Система государственного регулирования и контроля в сфере рекламы.
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»: цели, сфера применения, основные понятия, используемые в законе.
3. Антимонопольные и судебные органы в регулировании рекламной деятельности. Полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы. Обязанности антимонопольного органа по соблюдению коммерческой, служебной и иной охраняемой законом тайны.
4. Организация и проведение проверок в сфере рекламы. Решения и предписания антимонопольного органа по результатам рассмотрения дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
5. Понятие правонарушения по рекламному законодательству. Основные виды правонарушений по рекламному законодательству Российской Федерации.
6. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.
7. Административная ответственность за ненадлежащую рекламу.
8. Уголовная ответственность за ненадлежащую рекламу.
9. Дисциплинарная ответственность за ненадлежащую рекламу.
10. Материальная ответственность в сфере рекламной деятельности.

Задания для самостоятельной работы

1. Налоговое регулирование рекламной деятельности.
2. Интеллектуальная собственность в сфере рекламы и ее охрана. Авторское право и смежные права в рекламе.
3. Правовая охрана средств индивидуализации товаров, работ, услуг, участников экономических отношений
4. Понятие и виды ненадлежащей рекламы. Недобросовестная реклама.
5. Недостоверная реклама. Скрытая и иная ненадлежащая реклама.
6. Понятие юридической ответственности по рекламному законодательству.
7. Юридическая ответственность субъектов рекламной деятельности.
8. Гражданско-правовая ответственность за ненадлежащую рекламу.