

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр магистратуры



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Рекламное право в индустрии спорта М1.ДВ.2

Направление подготовки: 080200.68 - Менеджмент

Профиль подготовки: Менеджмент и правовое обеспечение индустрии спорта

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Ганеев Р.Р.

Рецензент(ы):

Арсланов К.М.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Арсланов К. М.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр магистратуры):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 957944114

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Ганеев Р.Р. Кафедра гражданского и предпринимательского права Юридический факультет ,
Rustem.Ganeev@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

- ◆ изучить и понять сущность правового обеспечения отношений рекламы в индустрии спорта;
- освоение теоретических знаний об основах рекламного права в спортивно-правовой отрасли;
- развитие практических навыков, которые позволят ориентироваться и правильно применять нормы рекламного законодательства в индустрии спорта.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М1.ДВ.2 Общенаучный" основной образовательной программы 080200.68 Менеджмент и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 1 курсе, 2 семестр.

Дисциплина "Рекламное право в индустрии спорта" относится к общенаучному циклу дисциплина по выбору направления подготовки по специальности "080200 Ме-неджмент".

Для эффективного изучения настоящей дисциплины требуется наличие у магистрантов базовых знаний по теории государства и права, гражданскому праву.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	способностью развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования
ПК-11 (профессиональные компетенции)	способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой
ПК-12 (профессиональные компетенции)	способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
ПК-2 (профессиональные компетенции)	способностью разрабатывать корпоративную стратегию
ПК-9 (профессиональные компетенции)	способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы
ПК-4 (профессиональные компетенции)	способностью разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (
ПК-7 (профессиональные компетенции)	способность квалифицированно толковать нормативные правовые акты

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- сущность основных проблем рекламного и спортивного права как комплексной отрасли законодательства и как комплексной науки.

2. должен уметь:

ориентироваться в актуальных проблемах правового регулирования отношений в сфере рекламы в индустрии спорта

3. должен владеть:

теоретическими знаниями об основных проблемах правового обеспечения рекламы в индустрии спорта, источников рекламного и спортивного права, правореализационных рекламных и спортивно-правовых проблемах

4. должен демонстрировать способность и готовность:

навыки применения современного спортивного и рекламного законодательства с учетом существующих правовых коллизий

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет во 2 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. ПРЕДМЕТ, ЗАДАЧИ И ЗНАЧЕНИЕ КУРСА	2	1	0	2	0	устный опрос
2.	Тема 2. ПОНЯТИЕ И ВИДЫ РЕКЛА-МЫ. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ.	2	2	0	4	0	устный опрос
3.	Тема 3. ОСОБЕННОСТИ ПРАВО-ВОГО РЕГУЛИРО-ВАНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ РЕКЛАМЫ	2	3	0	4	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
4.	Тема 4. ПРАВОВОЙ СТАТУС РЕ-КЛАМОДАТЕЛЕЙ, РЕКЛА-МОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И РЕКЛАМОРАСПРОСТРАНИ-ТЕЛЕЙ	2	4	0	2	0	устный опрос
5.	Тема 5. ДОГОВОРНЫЕ ОТ-НОШЕНИЯ В СФЕРЕ РЕ-КЛАМЫ	2	5	0	2	0	устный опрос
6.	Тема 6. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУ-ЛИРОВАНИЕ И КОНТРОЛЬ В СФЕРЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	2	6	0	2	0	устный опрос
7.	Тема 7. ЮРИДИЧЕСКАЯ ОТ-ВЕТСТВЕННОСТЬ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ	2	7	0	2	0	устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	2		0	0	0	зачет
	Итого			0	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. ПРЕДМЕТ, ЗАДАЧИ И ЗНАЧЕНИЕ КУРСА

практическое занятие (2 часа(ов)):

1.1. Отношения в сфере рекла-мы. Роль рекламы в инду-стрии спорта. 1.2. Понятие рекламного права и рекламного законодатель-ства

Тема 2. ПОНЯТИЕ И ВИДЫ РЕКЛА-МЫ. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ.

практическое занятие (4 часа(ов)):

2.1. Понятие и признаки рекламы. 2.2. Классификация рекламы. 2.3. Общие требования к рекламе в индустрии спорта

Тема 3. ОСОБЕННОСТИ ПРАВО-ВОГО РЕГУЛИРО-ВАНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ РЕКЛАМЫ

практическое занятие (4 часа(ов)):

3.1. Социальная реклама; 3.2. Политическая реклама; 3.3. Реклама для несовершеннолетних; 3.4. Реклама в телепрограммах и телепередачах; 3.5. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах; 3.6. Реклама в периодических печатных изданиях; 3.7. Реклама в кино? и видеооб-служивании; 3.8. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи; 3.9. Наружная реклама; 3.10. Реклама на транспортных средствах; 3.11. Особенности рекламы в сфере индустрии спорта .

Тема 4. ПРАВОВОЙ СТАТУС РЕ-КЛАМОДАТЕЛЕЙ, РЕКЛА-МОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И РЕКЛАМОРАСПРОСТРАНИ-ТЕЛЕЙ

практическое занятие (2 часа(ов)):

6.1. Понятие правового статуса субъектов рекламной дея-тельности; 6.2. Организационно-правовые формы субъектов реклам-ной деятельности; 6.3. Права и обязанности субъ-ектов рекламной деятель-ности.

Тема 5. ДОГОВОРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ**практическое занятие (2 часа(ов)):**

5.1. Понятие и виды договоров в сфере рекламы; 5.2. Порядок заключения, изменения, расторжения договоров

Тема 6. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И КОНТРОЛЬ В СФЕРЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Система государственного регулирования и контроля рекламной деятельности; 6.2. Антимонопольные органы в регулировании рекламной деятельности; 6.3. Судебные органы в регулировании рекламной деятельности; 6.4. Налоговое регулирование

Тема 7. ЮРИДИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ**практическое занятие (2 часа(ов)):**

7.1. Понятие и виды юридической ответственности в сфере рекламы; 7.2. Административная ответственность за правонарушения в сфере рекламы; 7.3. Гражданско-правовая ответственность за правонарушения в сфере рекламы; 7.4. Иные виды ответственности за правонарушения в сфере рекламы

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. ПРЕДМЕТ, ЗАДАЧИ И ЗНАЧЕНИЕ КУРСА	2	1	подготовка к устному опросу	6	устный опрос
2.	Тема 2. ПОНЯТИЕ И ВИДЫ РЕКЛАМЫ. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ.	2	2	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
3.	Тема 3. ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ РЕКЛАМЫ	2	3	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
4.	Тема 4. ПРАВОВОЙ СТАТУС РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ, РЕКЛАМОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И РЕКЛАМОРАСПРОСТРАНТЕЛЕЙ	2	4	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
5.	Тема 5. ДОГОВОРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ	2	5	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
6.	Тема 6. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И КОНТРОЛЬ В СФЕРЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	2	6	подготовка к устному опросу	8	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
7.	Тема 7. ЮРИДИЧЕСКАЯ ОТ-ВЕТСТВЕННОСТЬ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ	2	7	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
	Итого				54	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

При изучении дисциплины "Рекламное право в индустрии спорта" используются следующие формы проведения занятий:

Семинарские занятия:

- устный опрос и обсуждение материала по теме;
- обсуждение подготовленных магистрантами различных документов.

Проведение учебных дискуссий

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. ПРЕДМЕТ, ЗАДАЧИ И ЗНАЧЕНИЕ КУРСА

устный опрос , примерные вопросы:

Тема 2. ПОНЯТИЕ И ВИДЫ РЕКЛА-МЫ. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ.

устный опрос , примерные вопросы:

Тема 3. ОСОБЕННОСТИ ПРАВО-ОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ РЕКЛАМЫ

устный опрос , примерные вопросы:

Тема 4. ПРАВОВОЙ СТАТУС РЕ-КЛАМОДАТЕЛЕЙ, РЕКЛА-МОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И РЕКЛАМОРАСПРОСТРАНИ-ТЕЛЕЙ

устный опрос , примерные вопросы:

Тема 5. ДОГОВОРНЫЕ ОТ-НОШЕНИЯ В СФЕРЕ РЕ-КЛАМЫ

устный опрос , примерные вопросы:

Тема 6. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУ-ЛИРОВАНИЕ И КОНТРОЛЬ В СФЕРЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

устный опрос , примерные вопросы:

Тема 7. ЮРИДИЧЕСКАЯ ОТ-ВЕТСТВЕННОСТЬ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ

устный опрос , примерные вопросы:

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы к зачету:

1. Понятие и структура отношений в сфере рекламы в индустрии спорта.
2. Понятие и основные признаки рекламы.
3. Общие требования к рекламе.
4. Классификация рекламы.

5. Гражданско-правовое и иное отраслевое? регулирование отношений в сфере рекламы.
6. Законодательство РФ о рекламе: понятие, значение, предмет, принципы, взаимосвязь с другими отраслями отечественного законодательства.
7. Структура законодательства РФ о рекламе.
8. Сущность, роль и содержание договорного регулирования отношений в сфере рекламы в индустрии спорта.
9. Виды договоров в сфере рекламы.
10. Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы.
11. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламной деятельности.
12. Гражданско-правовая ответственность за нарушения в сфере рекламы.
13. Уголовно-правовая ответственность за нарушения в сфере рекламы.
14. Административно-правовая ответственность за нарушения в сфере рекламы.
15. Особенности правового регулирования отдельных видов рекламы.
16. Правовое регулирование субъектов рекламной деятельности

7.1. Основная литература:

Алексеев, С. В. Спортивный менеджмент. Регулирование организации и проведения физкультурных и спортивных мероприятий [Электронный ресурс] : учебник / С. В. Алексеев; под ред. П. В. Крашенинникова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2014. - 687 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=490743>

Алексеев, С. В. Спортивное право России [Электронный ресурс] : учебник / С. В. Алексеев; под ред. П. В. Крашенинникова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2013. - 695 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=490884>

Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Юриспруденция" / [Н. Д. Эриашвили и др.] - М.: ЮНИТИДАНА: Закон и право, 2012. - 240 с. - ISBN 978-5-238-0546-0 // <http://znanium.com/bookread.php?book=377375>

7.2. Дополнительная литература:

Рекламный маркетинг: Учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, 2008. - 276 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0068-4 // <http://znanium.com/bookread.php?book=137578>

Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-9776-0288-4 // <http://znanium.com/bookread.php?book=429223>

Социология рекламной деятельности: Учебное пособие / Д.В. Томбу. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0395-7 // <http://znanium.com/bookread.php?book=400778>

Технологии производства рекламной продукции: Учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 272 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-055-1 // <http://znanium.com/bookread.php?book=196365>

Чельшев М.Ю. Государственные и альтернативные формы разрешения споров в области профессионального спорта: некоторые вопросы соотношения // Третейский суд. - 2010. - № 4 (70). - С. 31-36.

Чельшев М.Ю. Место спортивного права России в отечественной системе права // Российская правовая политика в сфере частного права: Материалы "круглого стола" журналов "Государство и право" и "Правовая политика и посылая жизнь", г.Казань, Казанский (Приволжский) федеральный университет, 22 июня 2010 г. / Отв. ред. А.В. Малько, Д.Н. Горшунов. М.: Статут. - 2011. - 295 с. - С. 34-43.

Рекомендуемые для чтения научно-практические журналы:

- Спортивное право: научно-практический журнал;
- Спорт: экономика, право, управление

7.3. Интернет-ресурсы:

официальный сайт Министерства спорта Российской Федерации; - <http://www.minsport.gov.ru>
официальный сайт XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи - <http://www.sochi2014.com>
официальный сайт XXVIII Всемирной летней Универсиады в Казани в 2013 году; - <http://kazan2013.ru>
официальный сайт Континентальной Хоккейной лиги - <http://www.khl.ru>
официальный сайт Министерства по делам молодежи и спорту и туризму Республики Татарстан; - <http://mdmst.tatarstan.ru>
официальный сайт научно-практического журнала ?Спортивное право? - <http://sportivnoe-pravo.ru>
официальный сайт Олимпийского комитета России - <http://www.olympic.ru/>
официальный сайт Российского Футбольного союза - <http://www.rfs.ru>
официальный сайт Российской Федерации Баскетбола - <http://www.basket.ru>
Справочная правовая система ?Гарант? - <http://www.garant.ru>
Справочная правовая система "КонсультантПлюс" - <http://www.consultant.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Рекламное право в индустрии спорта" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

- доступ к сети "Интернет";
- многофункциональное устройство (МФУ) для сканирования и распечатывания раздаточных материалов;
- расходные материалы

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 080200.68 "Менеджмент" и магистерской программе Менеджмент и правовое обеспечение индустрии спорта .

Автор(ы):

Ганеев Р.Р. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Арсланов К.М. _____

"__" _____ 201__ г.