

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

ОП.09

Правовое обеспечение рекламной деятельности

Учебный план: № 26-02-1-5

Код, наименование специальности, направленность 42.02.01 Реклама, Планирование рекламных кампаний и продвижение средствами цифровых технологий
Квалификация выпускника Специалист по рекламе
Уровень образования: Среднее профессиональное образование

Форма обучения: Очная

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Трудоемкость учебной дисциплины	40	
	Из них аудиторной нагрузки	36	
	Лекции, уроки	18	
	Практические занятия	18	
	Консультации		
	Промежуточная аттестация		
	Курсовой проект (работа)		
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Самостоятельная работа	4	
	Экзамен		
	Зачет с оценкой		
	Контрольная работа	4	
	Курсовой проект (работа)		

Санкт-Петербург
2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии
с федеральным государственным образовательным стандартом
среднего профессионального образования по специальности

42.02.01 Реклама, утверждённым приказом
Минпросвещения России от **21.07.2023 N 552**

Составитель(и): Трофимов М.И.

(Ф.И.О.)

Председатель цикловой

комиссии: Коняева А.С.

(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Леонов С.А.

(Ф.И.О.)

Методический отдел: Ястребова С.А.

(Ф.И.О. сотрудника отдела)

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части общепрофессионального цикла образовательной программы (ОП).

Дисциплина обеспечивает формирование общих (ОК) компетенций.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающегося следующих компетенций на базе полученных знаний и умений

Код и формулировка ПК	Знания	Умения
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	отличительные черты юридических лиц в законодательстве РФ; источники права, регулирующие предпринимательскую деятельность в РФ; субъекты предпринимательской деятельности; понятие собственности в юридическом смысле, ее формы в РФ; нормативные акты законодательства РФ в сфере рекламной деятельности; Федеральный закон «О рекламе»	определять организационно-правовые формы юридического лица и особенности правового регулирования их деятельности; заключать и расторгать трудовой договор
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	правила оформления документов и построения устных сообщений, правовых норм, оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; структуры и содержания договоров различных видов, спецификацию нормативных правовых актов, регламентирующих рекламную деятельность	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений; оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов
ОК 06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	основные элементы антимонопольного законодательства Российской Федерации; виды гражданско-правовых договоров, порядок их заключения; роль федеральной антимонопольной службы в государственном регулировании экономики и обеспечении экономической безопасности	заключать гражданско-правовые договора, акцепт и оферту; применять стандарты антикоррупционного поведения; применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений; оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

2.1. Тематический план и содержание дисциплины:

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах
1	2	3
Тема 1. Юридические лица в законодательстве РФ	Содержание учебного материала	10
	Юридические лица. Уставный капитал. Предприниматели без образования юридических лиц. Источники права, регулирующие предпринимательскую деятельность в РФ	2
	Субъекты предпринимательской деятельности. Понятие и структура предпринимательских отношений. Понятие собственности. Собственность в юридическом смысле. Формы собственности в РФ	2
	В том числе, практических занятий	6
	Практическое занятие №1. Тема: Определение организационно-правовой формы юридического лица и особенности правового регулирования их деятельности	2
	Практическое занятие №2. Тема: Федеральный закон "О рекламе"	2
	Практическое занятие №3. Тема: Субъекты предпринимательской деятельности	2
	<i>Текущий контроль – устный опрос</i>	
Тема 2. Законодательство РФ в сфере рекламной деятельности	Содержание учебного материала	28
	Антимонопольное законодательство в РФ. Федеральная антимонопольная служба РФ	4
	Гражданско-правовой договор. Акцепт и оферта. Виды гражданско-правовых договоров, порядок их заключения	4
	Трудовой договор (контракт). Заключение трудового договора. Права и обязанности работника и работодателя. Прекращение трудового договора	4
	В том числе, практических занятий	12
	Практическое занятие №4. Тема: Роль федеральной антимонопольной службы в государственном регулировании экономики и обеспечении экономической безопасности	4
	Практическое занятие №5. Тема: Гражданско-правовой договор	4
	Практическое занятие №6. Тема: Заключение трудового договора	2
	Практическое занятие №7. Тема: Права и обязанности работника и работодателя	2
	Самостоятельная работа - подготовка к промежуточному контролю	4
<i>Текущий контроль – устный опрос, проверка выполнения домашней работы</i>		
Промежуточная аттестация (контрольная работа)		2
Всего:		40

2.2 Курсовое проектирование (не предусмотрено УП)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены

Кабинет «Рекламной деятельности», включающий:

стол, стулья для обучающихся (по кол-ву обучающихся в группе);

доска;

компьютер с лицензионным программным обеспечением: Microsoft Windows 10 Pro, Office Standart 2016;

многофункциональное устройство HP (МФУ HP); проектор, экран;

шкафы, тумбы;

наглядные пособия; раздаточные материалы.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы дисциплины

3.2.1 Учебная литература

а) основная

1. Кухаренко, Т. А. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник для СПО / Т. А. Кухаренко. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 199 с. — ISBN 978-5-4488-1997-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138459.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Литвиненко, О. В. Правовое обеспечение связей с общественностью : учебное пособие для СПО / О. В. Литвиненко. — Саратов : Профобразование, 2024. — 111 с. — ISBN 978-5-4488-1693-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/133496.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

б) дополнительная

1. Працко Г.С. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник. — (Среднее профессиональное образование) / Г.С. Працко. - Москва : Инфра-М, 2021. - 177 с. - ISBN 978-5-369-01869-9. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/391684/reading> - Текст: электронный.
2. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Анисимов, А. Я. Рыженков, А. Ю. Осетрова, О. В. Попова ; под редакцией А. Я. Рыженкова. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16129-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563492>
3. Гражданский кодекс Российской Федерации 30.11.1994 N 51-ФЗ (в действующей редакции)
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (в действующей редакции)
5. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (ред. от 29.05.2019)
6. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (в действующей редакции)

3.2.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, в т. ч. электронные образовательные ресурсы

1. Электронно-библиотечная система «Айбукс» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibooks.ru>
2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
3. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru>

4. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Наименование оценочных средств ПА
Отлично	Обучающийся демонстрирует глубокое знание нормативно-правовой базы и уверенно применяет её для решения профессиональных задач в рекламе: свободно ориентируется в ключевых правовых актах (ФЗ «О рекламе», ГК РФ, КоАП РФ, ФЗ «О защите конкуренции» и др.), точно называет статьи и положения, релевантные для типовых рекламных ситуаций. Понимает систему правового регулирования рекламной деятельности, разграничивает сферы действия разных нормативных актов. Грамотно квалифицирует ситуации с точки зрения закона: определяет, есть ли признаки нарушения, какие нормы применяются, какие риски возникают. Корректно оценивает рекламные материалы (тексты, макеты, ролики) на соответствие законодательству: выявляет потенциально проблемные формулировки, признаки недобросовестной или недостоверной рекламы, нарушения в рекламе отдельных категорий товаров. Предлагает юридически обоснованные варианты доработки. Формулирует выводы чётко, со ссылками на конкретные нормы права. Письменные работы и ответы	Практические задания, Теоретические вопросы

	структурированы, терминология юридически точная. При разборе кейсов приводит несколько вариантов решения с оценкой рисков	
Хорошо	Обучающийся уверенно владеет основными правовыми нормами и способен решать типовые задачи, но допускает отдельные неточности: в целом уверенно оперирует основными законами и ключевыми статьями, но может не сразу вспомнить точные формулировки или номера статей; иногда смешивает смежные правовые категории либо не учитывает отдельные нюансы. Способен квалифицировать типовые нарушения и определять применимые нормы, но не всегда учитывает все возможные риски или особенности правоприменительной практики. Анализ может быть менее глубоким, чем при оценке «отлично». Выявляет основные нарушения в рекламных материалах, предлагает варианты исправления. Возможны отдельные недочёты: не замечает менее очевидные риски либо предлагает недостаточно проработанные юридические формулировки. Аргументирует позицию, ссылается на нормы права, но ссылки могут быть неполными либо аргументация — менее развёрнутой. В письменных работах структура выдержана, терминология в основном корректна	
Удовлетворительно	Обучающийся имеет базовые представления о правовом регулировании рекламы, но знания и навыки фрагментарны, а решения требуют значительной доработки: знает отдельные нормы и основные законы, но делает ошибки в трактовке положений, путает понятия (например, недобросовестная и недостоверная реклама, реклама и оферта), не всегда понимает сферу действия норм. Пытается анализировать ситуации, но выводы часто поверхностны, не подкреплены ссылками на нормы либо основаны на общих представлениях, а не на законе. Может не видеть очевидных нарушений или, наоборот, усматривать нарушения там, где их нет. С трудом оценивает рекламные материалы на соответствие закону, чаще всего способен заметить только самые грубые нарушения. Варианты доработки формулировок либо отсутствуют, либо юридически некорректны. Аргументация слабая, опирается на бытовые представления, а не на правовые нормы. Терминология используется неточно, возможны грубые ошибки в юридической лексике. Письменные работы оформлены небрежно, логика изложения нарушена	
Неудовлетворительно	Обучающийся не освоил базовые правовые знания и не способен применять нормы права даже в простых ситуациях: не ориентируется в основных законах, регулирующих рекламу, не знает ключевых понятий и норм, допускает грубые фактические ошибки в трактовке правовых терминов и положений. Не способен квалифицировать правовые ситуации, не видит нарушений или делает выводы, противоречащие закону. Отсутствует понимание того, как применять нормы к конкретным фактам. Не может оценить рекламные материалы на соответствие требованиям закона, не предлагает юридически обоснованных решений. Любые попытки доработки не имеют правовой основы. Аргументация отсутствует либо строится на субъективных суждениях, не подкреплённых нормами права. Терминология применяется ошибочно, работы не соответствуют минимальным требованиям к структуре и содержанию	