

# МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Нижегородский государственный лингвистический университет имени  
Н.А. Добролюбова»



## Правовое регулирование рекламного рынка (наименование дисциплины)

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой \_\_\_\_\_ рекламы, связей с общественностью и туризма

Учебный план

Направление подготовки \_\_\_\_\_ 42.04.01 Реклама и связи с общественностью \_\_\_\_\_

Направленность (профиль) \_\_\_\_\_ Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса (магистратура) \_\_\_\_\_

Квалификация **магистр**  
Форма обучения **очно-заочная**  
Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72  
в том числе:  
аудиторные занятия 18  
самостоятельная работа 53,95  
часов на контроль 0,05

Виды контроля в семестрах (на курсах):

Зачет с оц. 2

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (Курс для заочной формы обучения)	2		...		...		Итого	
Неделя (для очной формы обучения)			...		...			
Вид занятий	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки
Лекции	10	10					10	10
Практические (в том числе интеракт.)	4	4					4	4
Семинарские (в том числе интеракт.)	4	4					4	4
Итого ауд.	0,05	0,05					0,05	0,05
Часы на контроль	18	18					18	18
Контактная работа	18,05	18,05					18,05	18,05
Самостоятельная работа	53,95	53,95					53,95	53,95
Итого	72	72					72	72

Программу составил(и):

кандидат юридических наук, доцент Никитин Александр Всеволодович

Рецензент(ы):

кандидат юридических наук, доцент Лаврентьев Александр Рудольфович

кандидат юридических наук, доцент Рувинский Роман Зиновьевич

Рабочая программа дисциплины

Правовое регулирование рекламного рынка

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08.06.2017 № 528.

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса (магистратура)

утвержденного Учёным советом вуза от 16.06.2022г., протокол №13.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и туризма

Протокол от 10.06.2022 г. № 13

Срок действия программы: 2022-2023 уч.г.

Зав. кафедрой кан.филол.наук, доцент Ротанова М.Б.  
(уч. степень, уч. звание, Ф.И.О)



1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	<b>Цель освоения дисциплины:</b> формирование у обучающихся научных представлений о рекламном рынке как объекте правового регулирования, умений и навыков позволяющих им стать полноценными участниками рекламного рынка.
1.2	<b>Задачи освоения дисциплины:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучить рекламный рынок как объект правового регулирования;</li> <li>– изучить особенности предпринимательской деятельности на рекламном рынке;</li> <li>– изучить договоры, заключаемые на рекламном рынке, их особенности и систему;</li> <li>– изучить государственное регулирование рекламного рынка;</li> <li>– приобрести практические навыки работы с нормативными правовыми актами, практику их толкования и применения.</li> </ul>

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В.ДВ.05.01
2.1	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Магистранты, обучающиеся по данному курсу, к началу обучения должны знать: <ul style="list-style-type: none"> <li>– роль и место права в жизни общества;</li> <li>– признаки права;</li> <li>– отличия право от других социальных норм;</li> <li>– содержание Конституции РФ;</li> <li>– место и роль рекламы в обществе.</li> </ul>
2.1.2	К началу изучения дисциплины «Правовое регулирование в сфере бизнеса» магистрант должен уметь: <ul style="list-style-type: none"> <li>– систематизировать полученные знания;</li> <li>– проводить сравнительный анализ изучаемых явлений, фактов.</li> </ul>
2.1.3	К началу изучения дисциплины «Правовое регулирование в сфере бизнеса» магистрант должен владеть: <ul style="list-style-type: none"> <li>– основной терминологией и основным понятийным аппаратом социально-гуманитарного знания.</li> </ul>
2.2	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Производственная практика (профессионально-творческая практика)
2.2.2	Производственная практика (преддипломная практика)

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
<b>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.</b>	
<b>Знать:</b>	
Уровень Повышенный	свободно знать категории и понятия изучаемой дисциплины и законодательства о рекламе; правовые требования к рекламе в СМИ; правовые требования к наружной рекламе и рекламе на транспортных средствах; особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг; государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности; саморегулирование в сфере рекламной деятельности; юридическую ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а также гражданское и предпринимательское право в сфере регулирования рекламной деятельности
Уровень Высокий	знать с незначительными ошибками категории и понятия изучаемой дисциплины и законодательства о рекламе; правовые требования к рекламе в СМИ; правовые требования к наружной рекламе и рекламе на транспортных средствах; особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг; государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности; саморегулирование в сфере рекламной деятельности; юридическую ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а также гражданское и предпринимательское право в сфере регулирования рекламной деятельности
Уровень Пороговый	слабо знать основные категории и понятия изучаемой дисциплины и законодательства о рекламе; правовые требования к рекламе в СМИ; правовые требования к наружной рекламе и рекламе на транспортных средствах; особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг; государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности; саморегулирование в сфере рекламной деятельности; юридическую ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а также гражданское и предпринимательское право в сфере регулирования рекламной деятельности
<b>Уметь:</b>	
Уровень Повышенный	квалифицированно организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели в сфере рекламной деятельности
Уровень Высокий	с незначительными затруднениями организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели в сфере рекламной деятельности
Уровень Пороговый	неуверенно организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели в сфере рекламной деятельности
<b>Владеть:</b>	
Уровень Повышенный	уверенно владеть способностью организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели в сфере рекламной деятельности
Уровень Высокий	владеть с незначительными затруднениями способностью организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели в сфере рекламной деятельности
Уровень Пороговый	слабо владеть способностью организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели в сфере рекламной деятельности
<b>ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность.</b>	
<b>Знать:</b>	
Уровень Повышенный	свободно знать категории и понятия изучаемой дисциплины и законодательства о рекламе; правовые требования к рекламе в СМИ; правовые требования к наружной рекламе и рекламе на транспортных средствах; особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг; государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности; саморегулирование в сфере рекламной деятельности; юридическую ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а также гражданское и предпринимательское право в сфере регулирования рекламной деятельности

[illegible]

	особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг; государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности; саморегулирование в сфере рекламной деятельности; юридическую ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а также гражданское и предпринимательское право в сфере регулирования рекламной деятельности
Уровень Пороговый	слабо знать основные категории и понятия изучаемой дисциплины и законодательства о рекламе; правовые требования к рекламе в СМИ; правовые требования к наружной рекламе и рекламе на транспортных средствах; особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг; государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности; саморегулирование в сфере рекламной деятельности; юридическую ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а также гражданское и предпринимательское право в сфере регулирования рекламной деятельности
<b>Уметь:</b>	
Уровень Повышенный	свободно оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	с незначительными затруднениями оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Пороговый	неуверенно оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
<b>Владеть:</b>	
Уровень Повышенный	свободно владеть способностью оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	владеть с незначительными затруднениями способностью оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Пороговый	слабо владеть способностью оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Объем в часах	Компетенции	Литература	Примечание
	<b>Тема 1. Рекламный рынок и предпринимательская деятельность</b>	2/1		УК-3; ПК-1; ПК-4; ПК-7	Л1.1; Л1.2; Л1.3; Л1.4; Э4; Э5	Рекламный рынок как объект предпринимательской деятельности. Реклама как объект рекламных правоотношений. Особенности предпринимательской деятельности на рынке рекламы.
1.1	Лекция		2			
1.2	Семинар		2			
1.3	Практические занятия		0			
	Самостоятельная работа		10			
	<b>Тема 2. Субъекты предпринимательской деятельности на рынке рекламы</b>	2/1		УК-3; ПК-1; ПК-4; ПК-7	Л1.1; Л1.2; Л1.3; Л1.4; Э4; Э5	Общая характеристика субъектов рекламного рынка. Правовой статус субъектов рекламной предпринимательской деятельности.
2.1	Лекция		2			
2.2	Семинар		0			
2.3	Практические занятия		2			
	Самостоятельная работа		10			
	<b>Тема 3. Договорное регулирование предпринимательской деятельности на рынке рекламы</b>	2/1		УК-3; ПК-1; ПК-4; ПК-7	Л1.1; Л1.2; Л1.3; Л1.4; Э4; Э5	Договоры, заключаемые на рекламном рынке: особенности и система. Характеристика отдельных видов договоров, заключаемых на рекламном рынке.
3.1	Лекция		4			
3.2	Семинар		0			
3.3	Практические занятия		2			
	Самостоятельная работа		13,95			
	<b>Тема 4. Государственное регулирование рекламного рынка</b>	2/1		УК-3; ПК-1; ПК-4; ПК-7	Л1.1; Л1.2; Л1.3; Л1.4; Э4; Э5	Понятие государственного регулирования рекламного рынка. Характеристика средств государственного регулирования рекламного рынка.
4.1	Лекция		2			
4.2	Семинар		2			
4.3	Практические занятия		0			
	Самостоятельная работа		10			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
5.1. Контрольные вопросы и задания
<p>Контрольные вопросы к зачету (знаниевая компонента):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие рекламного рынка.</li> <li>2. Признаки рыночных отношений в сфере рекламы.</li> <li>3. Объекты рекламного рынка.</li> <li>4. Понятие рекламных услуг.</li> <li>5. Понятие и виды рекламы.</li> <li>6. Основания возникновения, изменения и прекращения предпринимательских отношений в сфере рекламы.</li> <li>7. Понятие рекламной предпринимательской деятельности.</li> </ol>

8. Общая характеристика субъектов рекламного рынка.
9. Правовой статус рекламодавца.
10. Правовой статус рекламопроизводителя.
11. Правовой статус рекламораспространителя.
12. Правовой статус рекламного агентства.
13. Правовой статус потребителя рекламы.
14. Понятие договора в предпринимательской деятельности.
15. Договор на выполнение рекламных работ.
16. Договор на оказание рекламных услуг.
17. Договор на оказание посреднических рекламных услуг.
18. Договор на проведение рекламной кампании.
19. Понятие государственного регулирования рекламного рынка.
20. Методы государственного регулирования рекламного рынка.
21. Понятие и виды средств государственного регулирования рекламного рынка.
22. Государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности.
23. Государственная регистрация средств массовой информации.
24. Защита конкуренции на рекламном рынке.
24. Установление обязательных стандартов и нормативов в сфере рекламной деятельности.
25. Выдача разрешений на размещение рекламы.

Пример контрольных заданий к зачету (деятельностная компонента):

#### Задание А. Решение ситуативной задачи.

В связи с нарушением срока поставки леса акционерным обществом (продавец) производственный кооператив (покупатель) после неоднократных напоминаний о поставке закупила товар по более высокой цене у другого поставщика и письменно известила продавца о расторжении контракта, требуя в суде разницу между ценой контракта и ценой замещающей сделки. Ответчик не считал нарушение существенным и отрицал возникновение у истца права на внесудебное расторжение контракта.

Вопросы к задаче:

1. Укажите правовые основания для одностороннего изменения и расторжения договора поставки.
2. В каком порядке (судебном или внесудебном) осуществляется одностороннее изменение и расторжение договора поставки?
3. Правомерны ли действия истца по расторжению контракта?
4. Что представляют собой убытки?
5. Вправе ли истец претендовать на возмещение убытков в виде разницы в цене?
6. Какие убытки может нести продавец в случае нарушения договора покупателем?

#### Задание Б. Решение ситуативной задачи.

ИП Корольков обратился в арбитражный суд с требованием о признании незаконным и отмене постановления управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по НСО (далее – служба) от 19 декабря 2019 г. В суде было установлено, что 2 декабря 2019 г. сотрудниками ГУВД НСО была проведена проверка деятельности ИП Королькова в принадлежащем ему магазине, в ходе которой был выявлен факт реализации пива «Очаковское» без справок, прилагаемых к грузовой таможенной декларации. Указанное обстоятельство зафиксировано в акте проверки от 2 декабря 2019 г., а также протоколе об административном правонарушении от 2 декабря 2019 г. Акт проверки и протокол были направлены в службу для решения вопроса о привлечении ИП Королькова к административной ответственности. 19 декабря 2019г. Служба вынесла постановление о привлечении ИП Королькова к административной ответственности (ст.14.5 КоАП РФ) в виде штрафа. Кроме того, ИП Корольков представил документы, свидетельствующие о проведении органами милиции в отношении ИП Королькова пяти проверок в период с 21 августа 2018 г. по 12 февраля 2020 г. В двух случаях как основание проведение проверки указано «плановая».

Вопросы к задаче:

1. Подпадает ли проверка магазина под понятие государственного контроля (надзора)?
2. Какое решение должен принять суд?

Темы курсовых работ (курсовых проектов): *не предусмотрены учебным планом.*

## 5.2. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств представлен в Приложении 1

## 5.3. Перечень видов оценочных средств

*опрос, творческие задания, тесты, решение ситуативных задач, проекты*

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
ЛП.1	Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др.	Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие	Москва : Юнити, 2015. – 240 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116651">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116651</a> – ISBN 978-5-238-01546-0. – Текст : электронный
ЛП.2	Романов, А.А.	Правовое регулирование рекламной деятельности: учебно-практическое пособие	Москва : Евразийский открытый институт, 2010. – 416 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=93153">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=93153</a> – ISBN 978-5-374-00392-5. – Текст : электронный
ЛП.3	Потапенко, А.А.	Предпринимательское право: краткий курс	Москва : Проспект, 2015. – 141 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=276973">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=276973</a> . – ISBN 978-5-392-14669-7. – Текст :

			электронный.
Л1.4	Анучкина А.Д., Н.Ю. Белокопытова	Предпринимательское право : практикум	Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2015. – 113 с. : табл. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=458230">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=458230</a> . – Текст : электронный.

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Абрамов В.(сост.)	Реклама. Законодательные и нормативные акты. Судебная практика и судебные прецеденты. Международные правила и обычаи делового оборота. 2-е изд., перераб. и доп.	М.: «Ось-89», 2005. - 144 с. ISBN 5-98534-069-4
Л2.2	Богацкая С.Г.	Правовое регулирование рекламной деятельности: учеб. пособие.	М.: Изд-во «Логос», 2007 ISBN 978-5-98699-032-3 URL: <a href="http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=180189">http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=180189</a>
Л2.3	Дорский А.Ю.	Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью: учебное пособие	СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет, 2019. – (электронная книга) ISBN: 978-5-288-05937-7
Л2.4	Жильцова, О. Н.	Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов.	М. : Издательство Юрайт, 2017. – 233 с. – Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс. ISBN 978-5-9916-9889-4
Л2.5	Кирилловых А.А.	Реклама и рекламная деятельность: проблемы правового регулирования.	М.: Деловой двор, 2013. – 224 с.
Л2.6	Кузина Н.Н., Страунинг Э.Л.	Правовое регулирование рекламных отношений в России и Испании (сравнительно-правовое исследование).	М.: Статут, 2014. – 158 с.
Л2.7	Кунгурцев К.И.	Правовые аспекты регулирования рекламного рынка в России.	М.: Лаборатория книги, 2012. – 109 с.
Л2.8	Романов А.А.	Теория и правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие.	М.: МГУЭСИ, 2003. – 428 с.
Л2.9	Свиридова, Е.А.	Правовое регулирование рекламы (Электронный курс): учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция».	М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2012. – 191 с.
Л2.10	Эриашвили Н.Д.	Правовое регулирование рекламной деятельности (Электронный курс): учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция».	М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2012. – 240 с.
Л2.11	Эриашвили Н.Д., Ф.Г. Мышко Ф.Г.	Предпринимательское право : учебник	Москва : Юнити-Дана : Закон и право, 2014. – 415 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=448138">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=448138</a> – ISBN 978-5-238-02485-1. – Текст : электронный.
Л2.12	Косов, М.Е., Крамаренко Л.А., Эриашвили Н.Д.	Налогообложение предпринимательской деятельности: Теория и практика	Москва : Юнити, 2015. – 431 с. – (Magister). – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116822">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116822</a> . – ISBN 978-5-238-02212-3. – Текст : электронный.

#### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» ( <a href="http://www.biblioclub.ru">www.biblioclub.ru</a> )
Э2	«Библиотека Гумер» (раздел «Правоведение. Юриспруденция») ( <a href="http://www.gumer.info/bibliotek/Buks/Pravo/ Index_Pravo.php">http://www.gumer.info/bibliotek/Buks/Pravo/ Index_Pravo.php</a> )
Э3	Компьютерная тестовая система Moodle
Э4	Сайт «КонсультантПлюс – студенту и преподавателю» ( <a href="http://www.consultant.ru/edu/search/site/">http://www.consultant.ru/edu/search/site/</a> )
Э5	Никитин А.В. Правовое регулирование рекламного рынка: курс лекций. – Н. Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2021. – 184 с. [электронное издание] // Компьютерная тестовая система Moodle

#### 6.3. Перечень программного обеспечения

6.3.1.	Microsoft Windows 7, 10
6.3.2.	Microsoft Office - Word - Excel - Access - PowerPoint - Publisher - Keep - Outlook
6.3.3.	Adobe Acrobat Reader DC
6.3.4.	ABBYY FineReader 11
6.3.5.	Microsoft Edge
6.3.6.	Mozilla Firefox

6.3.7.	Google Chrome
6.3.8.	CorelDraw
6.3.9.	Adobe inDesign cs 6
6.3.6.	Adobe PhotoShop
6.3.10.	Open Broadcaster Software (OBS Studio)
6.3.11.	ZOOM
6.3.12.	Система «Антиплагиат»
6.3.13.	1С:Бухгалтерия 8. Учебная версия
6.3.14.	Антивирус Касперского
6.3.15.	WinRAR
6.3.16.	WordPad
<b>6.4. Перечень информационных справочных систем</b>	
6.4.1.	Информационно-справочный портал «ГАРАНТ.РУ» ( <a href="http://www.garant.ru/">http://www.garant.ru/</a> )
6.4.2.	Информационно-справочная система «КонсультантПлюс» ( <a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a> )
6.4.3.	Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования ( <a href="http://fgosvo.ru/fgosvpo/7/6/1">http://fgosvo.ru/fgosvpo/7/6/1</a> )
6.4.4.	<a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a> – Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE»
6.4.5.	<a href="http://www.elibrary.ru/">http://www.elibrary.ru/</a> - Научная электронная библиотека (НЭБ)
6.4.6.	<a href="http://www.rsl.ru/">http://www.rsl.ru/</a> - Российская государственная библиотека (электронный каталог)

<b>7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
7.1.	Учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.
7.2.	Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза.

<b>8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
<p>Комплексное изучение учебной дисциплины «Правоведение» предполагает овладение материалами лекций, учебной и учебно-методической литературы, а также систематическое выполнение заданий для самостоятельной работы студентов.</p> <p>На лекциях раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и дискуссионные положения изучаемого материала. Для успешной актуализации знаний и лучшего усвоения материала предусматривается активная работа на лекциях, включающая устные опросы, деловые игры, ситуационные тесты и задания. Для формирования навыков коммуникации предусматривается активная работа в микрогруппах.</p> <p>Семинарские занятия направлены прежде всего на отработку практических навыков и умений. На семинарских занятиях происходит углубленное изучение отдельных положений дисциплины в ходе подготовки индивидуальных докладов. Также в рамках семинарских занятий предусматривается защита проектов в форме презентаций.</p> <p>Лекционные и семинарские занятия построены на использовании тесной взаимосвязи традиционных и инновационных образовательных технологиях, а также оценочных средствах, что позволяет выбрать оптимальные решения для формирования нужных компетенций.</p> <p>Самостоятельная работа студентов является важной составной частью учебного процесса и необходима для закрепления и углубления знаний, полученных на лекциях в соответствии с программой и рекомендованной литературой.</p>	

<b>9. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ</b>	
<p>В процессе преподавания дисциплины обеспечивается соблюдение следующих специальных условий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– возможность использовать специальное программное обеспечение и специальное оборудование и позволяющее компенсировать двигательное нарушение (коляски, ходунки, трости и др.);</li> <li>– предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации электронной-информационной образовательной среде Университета;</li> <li>– применение дополнительных средств активизации процессов запоминания и повторения (опора на определенные и точные понятия, использование для иллюстрации конкретных примеров, применение вопросов для мониторинга понимания, разделение изучаемого материала на небольшие логические блоки, увеличение доли конкретного материала и соблюдение принципа от простого к сложному при объяснении материала);</li> <li>– наличие четкой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;</li> <li>– увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания др.);</li> <li>– обеспечение беспрепятственного доступа в специальные помещения (учебные аудитории, помещения для самостоятельной работы и др.), а также пребывания в них;</li> <li>– наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие обеспечить реализацию эргономических принципов и комфортное пребывание на месте в течение всего периода учёбы (подставки, специальные подушки и др.).</li> </ul> <p>В процессе преподавания дисциплины используются адаптационные и вспомогательные технологии, такие как:</p> <p>а) <i>технологии здоровьесбережения</i>: обеспечиваются соблюдением ортопедического режима (использование ходунков, инвалидных колясок, трости), регулярной сменой положения тела в целях нормализации тонуса мышц спины, профилактикой утомляемости, соблюдение эргономического режима и обеспечением архитектурной доступности среды (окружающее пространство, расположение учебного инвентаря и оборудования аудиторий обеспечивают возможность доступа в помещения и комфортного нахождения в нём).</p> <p>б) <i>ИКТ технологии</i>: обеспечены возможностью применения ПК и специализированных индивидуальных</p>	



компьютерных средств (специальные клавиатуры, мыши, компьютерная программа «виртуальная клавиатура» и др.).

в) *Использование возможностей электронной информационно образовательной среды Университета:*

г) *технологии индивидуализации обучения:* обеспечиваются возможностью применения индивидуальных устройств и средств, ПК, учётом темпов работы и утомляемости, предоставлением дополнительных консультаций.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий (Moodle).

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья широко используется индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа.

Индивидуальные консультации направлены на индивидуализацию обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

Для самостоятельной работы инвалидов и лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата используются стационарные специальные технические средства: рабочее место пользователя с нарушением двигательных функций с альтернативными устройствами ввода информации с джойстиком компьютерным, выносными кнопками мыши, большой программируемой клавиатурой Клавинта, рабочее место пользователя с нарушением двигательных функций с адаптированной мышкой (головной), выносными кнопками мыши.

При проведении процедуры текущего контроля результатов обучения по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме)

б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в электронной форме);

в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, устно). В ходе проведения промежуточной аттестации предусмотрено:

– предъявление обучающимся печатных и (или) электронных материалов в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;

– возможность пользоваться индивидуальными устройствами и средствами, позволяющими адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом их индивидуальных особенностей;

– увеличение продолжительности проведения аттестации;

– возможность присутствия ассистента и оказания им необходимой помощи (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с преподавателем).