

МИНИСТЕРСТВО ОБЩЕГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

АНПОУ УРАЛЬСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ  
КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**по дисциплине "Правовое обеспечение рекламной деятельности"**

для студентов заочной формы обучения, обучающихся по специальности 42.02.01 "Реклама"

**Екатеринбург, 2018 г.**

## **Методические рекомендации по написанию и оформлению контрольных работ**

Выполнение контрольной работы по курсу "Правовое обеспечение рекламной деятельности" является обязательной составной частью изучения данной дисциплины, необходимого для освоения теоретического материала. Своевременное выполнение студентом заочного отделения контрольной работы с результатом "зачтено" является необходимым условием для допуска к выполнению итогового теста.

Благодаря написанию контрольной работы студенты должны научиться осуществлять поиск, анализ, структурирование информации в области основополагающих международно-правовых актов, положений рекламного законодательства, а также положений иных нормативных актов, регулирующих отношения в сфере рекламы, приобрести навыки систематизации теоретических знаний в области правового регулирования рекламной деятельности и практики их применения. В результате выполнения контрольной работы студенты должны приобрести теоретические знания по отдельным разделам дисциплины и практические навыки анализа, структурирования, систематизации знаний о субъектах рекламной деятельности, особенностях их правового статуса, общих и специальных требований к рекламе, сформировать представление о контроле за соблюдением законодательства в области рекламной деятельности и ответственности за его нарушение.

Для контрольной работы предлагается 5 вариантов, каждый из которых содержит 2 теоретических вопроса и 4 практических задания. Выбор варианта производится по последней цифре договора:

Последняя цифра договора	Номер варианта
1 и 6	1
2 и 7	2
3 и 8	3
4 и 9	4
5 и 0	5

Структура заданий включает в себя теоретические вопросы и практические задания (ситуации) по основным разделам дисциплины: "Государственное регулирование рекламной и PR-деятельности" и "Правовая охрана интеллектуальной собственности, авторских прав, средств индивидуализации товаров, работ и услуг".

Ответ на каждый теоретический вопрос или задание должны начинаться с новой страницы. Изложение каждого задания предваряется его точной формулировкой.

Решение практических заданий (ситуаций) обязательно должно включать:

- краткое изложение соответствующего теоретического материала, которым необходимо руководствоваться при анализе той или иной ситуации
- самостоятельный анализ предложенной ситуации;
- конечный ответ, представляющий собой решение практического задания (ситуации).

Критерии оценивания практических заданий (ситуаций):

- самостоятельность, глубина проработки и завершенность (содержательная, функциональная и т.д.) при выполнении заданий, предусмотренных в исходной практической ситуации;
- правомерность применения конкретного нормативно-правового акта;
- умение подбирать и анализировать разнообразные источники информации для поиска дополнительных данных, необходимых для работы с практической ситуацией, обоснованность применения дополнительных данных для анализа исходной практической ситуации.

Ответы на задания контрольной работы печатаются с использованием компьютера. Текст должен быть набран в текстовом редакторе Microsoft Word шрифтом Times New Roman (12 пунктов, через 1,5 интервала) с соблюдением следующих параметров полей: верхнее – 1,5 см, нижнее – 1 см, левое – 2,5 см, правое – 1 см.

Все страницы работы (за исключением титульного листа) должны быть пронумерованы. При этом первой страницей является титульный лист, включаемый в общую нумерацию страниц контрольной работы.

Студент в обязательном порядке должен приводить ссылки на источники, материалы которых были использованы им при ответе на теоретические вопросы и задания. При этом в случае дословного цитирования необходимо проставление кавычек. Оформление ссылок может осуществляться двумя способами: в виде подстрочного примечания (с проставлением верхнего индекса) и путем приведения номера согласно списку использованных источников (непосредственно в тексте в квадратных скобках). В обоих случаях автор работы обязан указывать в ссылке номер страницы, откуда заимствована та или иная информация.

Структура работы должна включать следующие обязательные компоненты:

1. Титульный лист
2. Содержание
3. Ответ на теоретические вопросы
4. Решение практических заданий (ситуаций)
5. Список литературы, использованной для ответа на теоретические вопросы и задания (оформляется в алфавитном порядке с соблюдением соответствующих правил - см. список рекомендованной литературы).

При необходимости контрольная работа может включать схемы, таблицы, иллюстрации, рисунки и т.п.

Ограничений по объему контрольной работы нет.

**ЗАДАНИЯ для КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ студентов  
по дисциплине " ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ"**

**Вариант № 1**

*Дайте развернутый ответ на следующие теоретические вопросы:*

1. Особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг: реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей.

2. Понятие, функции, источники и виды интеллектуальных прав, смежных с авторскими (смежных прав). Международные договоры РФ в области охраны авторских прав. Смежные права на исполнение и на фонограмму. Смежные права организаций эфирного и кабельного вещания, изготовителя базы данных и публикатора на обнародованное им произведение

**Практическое задание:**

**Задание 1.**

Составьте перечень действующих законодательных и иных нормативных актов (помимо ФЗ "О рекламе"), где упоминается рекламная деятельность. Приведите соответствующие цитаты из данных нормативных документов.

**Задание 2<sup>1</sup>.**

На вывеске перед входом в занимаемое помещение торговое предприятие указало свое наименование на английском языке, поскольку его уставом, предусматривалось фирменное наименование на русском и английском языках, совпадающее при произношении. Антимонопольный орган увидел в действиях предприятия нарушение рекламного законодательства. Нарушено ли в данном случае рекламное законодательство, если да, то в какой его части. Ответ обоснуйте.

**Задание 3.**

Приведите по 2 – 3 примера рекламных сообщений (желательно фото или подробное описание всех элементов рекламного сообщения с указанием места его размещения), противоречащих нормативным (законодательным) требованиям, относящихся к:

- рекламе алкоголя
- рекламе товаров медицинского назначения
- рекламе, адресованной детям

Поясните, в какой части в том или ином случае нарушено рекламное законодательство.

**Задание 4.**

Проанализируйте закрепленные в ФЗ "О рекламе" особенности наружной рекламы и установки рекламных конструкций. Приведите по 2 – 3 примера рекламных сообщений, противоречащих данным законодательным (нормативным) требованиям (необходимо представить фото рекламной конструкции с четко различимыми элементами сообщения или самой конструкции, которые противоречат требованиям законодательства, указать, где они были размещены). Поясните, в какой части в том или ином случае нарушен ФЗ "О рекламе".

---

<sup>1</sup> Рекламная деятельность: задания для практ. занятий / [сост. В.К. Лепнина, О.И. Лобачева]. - URL: <http://saransk.ruc.su/upload/medialibrary/c8b/zdsybt%20skgnexnloljnoqcazs%20wbasjfxiiqhkjzvnznbblmu%20pblsblkynlqwrof,%20acmlnmgdagrbrtomi.pdf>

**ЗАДАНИЯ для КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ студентов  
по дисциплине "ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ"**

**Вариант № 2**

*Дайте развернутый ответ на следующие теоретические вопросы:*

1. Особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг: реклама, адресованная детям

2. Порядок регистрации товарных знаков в РФ и в мире. Защита интеллектуальных прав, ответственность за их нарушение и за неправомерное получение, разглашение или использование информации, составляющей коммерческую тайну.

**Практическое задание:**

**Задание 1.**

Составьте перечень действующих законодательных и иных нормативных актов (помимо ФЗ "О рекламе"), где упоминается рекламная деятельность. Приведите соответствующие цитаты из данных нормативных документов.

**Задание 2.<sup>2</sup>**

При трансляции в прямом эфире чемпионата Европы по фигурному катанию выступление было прервано рекламой спонсора. При возобновлении показа выступала уже другая пара. Антимонопольный орган увидел в действиях организации (телеканала) нарушение рекламного законодательства. Телеканал сослался на тот факт, что по ходу соревнований перерывов не было, а общая продолжительность рекламы не превысила 20 % от времени трансляции.

Нарушено ли в данном случае рекламное законодательство, если да, то в какой его части. Ответ обоснуйте.

**Задание 3.**

Приведите по 2 – 3 примера рекламных сообщений (желательно фото или подробное описание всех элементов рекламного сообщения с указанием места его размещения), противоречащих нормативным (законодательным) требованиям, относящихся к:

- рекламе алкоголя
- рекламе товаров медицинского назначения
- рекламе, адресованной детям

Поясните, в какой части в том или ином случае нарушено рекламное законодательство.

**Задание 4.**

Проанализируйте закрепленные в ФЗ "О рекламе" особенности рекламы в периодических печатных изданиях. Приведите по 2 – 3 примера рекламных сообщений, противоречащих данным законодательным (нормативным) требованиям (необходимо представить фото рекламного сообщения с четко различимым текстом и другими элементами сообщения, указать периодическое издание, где оно было размещено). Поясните, в какой части в том или ином случае нарушен ФЗ "О рекламе".

---

2 Рекламная деятельность: задания для практ. занятий / [сост. В.К. Лепнина, О.И. Лобачева]. - URL: <http://saransk.ruc.su/upload/medialibrary/c8b/zdsybt%20skgnexnloljnoqcazs%20wbasjfxiiqhkjzvnblbmu%20pblsblkynlqwrof,%20acmlnmgdagrbrtomi.pdf>

**ЗАДАНИЯ для КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ студентов  
по дисциплине "ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ"**

**Вариант № 3**

*Дайте развернутый ответ на следующие теоретические вопросы:*

1. Особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг: реклама финансовых услуг и финансовой деятельности, реклама ценных бумаг
2. Содержание исключительного права. Исключительные права как нематериальные активы. Исключительное (имущественное) интеллектуальное авторское право, его содержание, ограничения его действия и законные границы (пределы) его существования

**Практическое задание:**

**Задание 1.**

Составьте перечень действующих законодательных и иных нормативных актов (помимо ФЗ "О рекламе"), где упоминается рекламная деятельность. Приведите соответствующие цитаты из данных нормативных документов.

**Задание 2.**

Рекламные листовки сети кофеен содержат информацию о том, что стандартную порцию кофе и десерт можно приобрести по цене 249 рублей. При этом акция рассчитана только на определенные виды десертов, что не указано в рекламе. Антимонопольный орган направил предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

Нарушено ли в данном случае рекламное законодательство, если да, то в какой его части. Ответ обоснуйте.

**Задание 3.**

Приведите по 2 – 3 примера рекламных сообщений (желательно фото или подробное описание всех элементов рекламного сообщения с указанием места его размещения), противоречащих нормативным (законодательным) требованиям, относящихся к:

- рекламе алкоголя
- рекламе товаров медицинского назначения
- рекламе, адресованной детям

Поясните, в какой части в том или ином случае нарушено рекламное законодательство.

**Задание 4.**

Проанализируйте закрепленные в ФЗ "О рекламе" особенности рекламы в телепрограммах и телепередачах. Приведите по 2 – 3 примера рекламных сообщений, противоречащих данным законодательным (нормативным) требованиям (необходимо процитировать текст рекламного сообщения, описать видеоряд, указать радиоканал и радиопрограмму (радиопередачу), где оно транслировалось, если возможно фото соответствующего рекламного кадра). Поясните, в какой части в том или ином случае нарушен ФЗ "О рекламе".

**ЗАДАНИЯ для КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ студентов  
по дисциплине "ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ"**

**Вариант № 4**

*Дайте развернутый ответ на следующие теоретические вопросы:*

1. Особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг: реклама лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе, методов лечения.

2. Понятие и соотношение интеллектуальной собственности, интеллектуальных прав и права интеллектуальной собственности. Объекты интеллектуальной собственности в рекламном бизнесе.

**Практическое задание:**

**Задание 1.**

Составьте перечень действующих законодательных и иных нормативных актов (помимо ФЗ "О рекламе"), где упоминается рекламная деятельность. Приведите соответствующие цитаты из данных нормативных документов.

**Задание 2.**

Реклама компании Proctor&Gamble утверждала: "Fairy" – отталкивает жир сильнее! "Fairy" – лучшее средство по удалению жира в России!". Антимонопольный орган увидел в действиях компании нарушение рекламного законодательства. Компания Proctor&Gamble предоставила доказательства, того, что рекламное утверждение об эффективности моющего средства "Fairy" основано на результатах собственных испытаний компании Proctor&Gamble, в которых в качестве критерия выбран показатель скорости.

Нарушено ли в данном случае рекламное законодательство, если да, то в какой его части. Ответ обоснуйте.

**Задание 3.**

Приведите по 2 – 3 примера рекламных сообщений (желательно фото или подробное описание всех элементов рекламного сообщения с указанием места его размещения), противоречащих нормативным (законодательным) требованиям, относящихся к:

- рекламе алкоголя
- рекламе товаров медицинского назначения
- рекламе, адресованной детям

Поясните, в какой части в том или ином случае нарушено рекламное законодательство.

**Задание 4.**

Проанализируйте закрепленные в ФЗ "О рекламе" особенности рекламы на транспортных средствах и с их использованием. Приведите по 2 – 3 примера рекламных сообщений, противоречащих данным законодательным (нормативным) требованиям (необходимо представить фото транспортного средства с четко различимым изображением рекламы, в том числе, текстовой части, если таковая имеется). Поясните, в какой части в том или ином случае нарушен ФЗ "О рекламе".

**ЗАДАНИЯ для КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ студентов  
по дисциплине "ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ"**

**Вариант № 5**

*Дайте развернутый ответ на следующие теоретические вопросы:*

1. Особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг: реклама алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе.

2. Права на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий: право на фирменное наименование, право на товарный знак и право на знак обслуживания, право на наименование места происхождения товара, право на коммерческое обозначение

**Практическое задание:**

**Задание 1.**

Составьте перечень действующих законодательных и иных нормативных актов (помимо ФЗ "О рекламе"), где упоминается рекламная деятельность. Приведите соответствующие цитаты из данных нормативных документов.

**Задание 2.<sup>3</sup>**

Юридическое лицо, занимающееся реализацией колбасных изделий, разместило на боковой поверхности транспортных средств, перевозящих данные изделия, информацию, содержащую название данного торгового предприятия, его адрес и контактные телефоны. Антимонопольный орган увидел в действиях организации нарушение рекламного законодательства.

Нарушено ли в данном случае рекламное законодательство, если да, то в какой его части. Ответ обоснуйте.

**Задание 3.**

Приведите по 2 – 3 примера рекламных сообщений (желательно фото или подробное описание всех элементов рекламного сообщения с указанием места его размещения), противоречащих нормативным (законодательным) требованиям, относящихся к:

- рекламе алкоголя
- рекламе товаров медицинского назначения
- рекламе, адресованной детям

Поясните, в какой части в том или ином случае нарушено рекламное законодательство.

**Задание 4.**

Проанализируйте закрепленные в ФЗ "О рекламе" особенности рекламы в радиопрограммах и радиопередачах. Приведите по 2 – 3 примера рекламных сообщений, противоречащих данным законодательным (нормативным) требованиям (необходимо процитировать текст рекламного сообщения, указать радиоканал и радиопрограмму (радиопередачу), где оно транслировалось). Поясните, в какой части в том или ином случае нарушен ФЗ "О рекламе".

<sup>3</sup> Рекламная деятельность: задания для практ. занятий / [сост. В.К. Лепнина, О.И. Лобачева]. - URL: <http://saransk.ruc.su/upload/medialibrary/c8b/zdsybt%20skgnexnloljnoqcazs%20wbasjfxiiqhkhjzvqnznbblmu%20pblsblkynlqwrof,%20acmInmgdagrbrtomi.pdf>

## *Примерные вопросы для подготовки к экзамену (зачету)*

1. Понятие и специфика рекламного продукта. Концепции товара в рекламе
2. Международное регулирование рекламы.
3. Комплекс правового регулирования рекламной деятельности в РФ.
4. ФЗ "О рекламе": общие и специфические требования.
5. Правовое регулирование политической рекламы.
6. Закон РФ "О средствах массовой информации": общая характеристика.
7. Закон РФ "О защите прав потребителей": общая характеристика.
8. ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации".  
ФЗ "О связи": общая характеристика.
9. Закон РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров": общая характеристика и правоприменительная практика.
10. Указ Президента РФ от 10.06.1994 N 1183 "О защите потребителей от недобросовестной рекламы": общая характеристика.
11. Саморегулирование в сфере рекламной деятельности: международный кодекс рекламной практики Международной торговой палаты и российский рекламный кодекс.
12. Этические и правовые регуляторы PR-деятельности.
13. Особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг: реклама алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе.
14. Особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг: реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей.
15. Особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг: реклама лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения.
16. Юридическая ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе: гражданско-правовая и административная ответственность за правонарушения в сфере рекламы.
17. Понятие и соотношение интеллектуальной собственности, интеллектуальных прав и права интеллектуальной собственности.
18. Проприетарная концепция исключительных прав.
19. Право интеллектуальной собственности как совокупность авторских, смежных, патентных и других исключительных прав.
20. Содержание исключительного права. Исключительные права как нематериальные активы.
21. Государственная регистрация в сфере права интеллектуальной собственности.
22. Государственное регулирование отношений в сфере интеллектуальной собственности, интеллектуальных прав и права интеллектуальной собственности
23. Понятие, функции и источники авторского права.
24. Субъекты и объекты авторских прав.
25. Личные неимущественные интеллектуальные авторские права.
26. Исключительное (имущественное) интеллектуальное авторское право, его содержание, ограничения его действия и законные границы (пределы) его существования.
27. Право доступа и право следования.
28. Авторские права на служебные произведения и на произведения, созданные по заказу и при выполнении работ по договору (контракту).

29. Понятие, функции, источники и виды интеллектуальных прав, смежных с авторскими (смежных прав).
30. Смежные права на исполнение и на фонограмму.
31. Смежные права организаций эфирного и кабельного вещания, изготовителя базы данных и публикатора на обнародованное им произведение
32. Право на фирменное наименование.
33. Право на товарный знак и право на знак обслуживания.
34. Право на наименование места происхождения товара.
35. Право на коммерческое обозначение
36. Защита интеллектуальных прав. Ответственность за нарушение интеллектуальных прав (общие положения).
37. Особенности защиты и ответственности за нарушение авторских и смежных прав.
38. Особенности ответственности за неправомерное получение, разглашение или использование информации, составляющей коммерческую тайну.
39. Особенности защиты и ответственности за нарушение интеллектуальных и других прав на средства индивидуализации.
40. Административная и уголовная ответственность за нарушение интеллектуальных прав

## Перечень рекомендуемой литературы

### Основная учебная литература

1. Поляков В.А. Разработка и технология производства рекламного продукта. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 502 с.  
<https://biblio-online.ru/viewer/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E#page/2>
2. Щепилова Г.Г. Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности. - М.: Издательство Юрайт, 2018. - 381 с.  
<https://biblio-online.ru/viewer/9464C294-56C2-44C8-8E0E-D00856951E8E>
3. Карпова С.В. Рекламное дело. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 431 с.  
<https://biblio-online.ru/viewer/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7#page/2>
4. Синяева И.М. Основы рекламы. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 552 с.  
<https://biblio-online.ru/viewer/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33>
5. Зенин И.А. Гражданское право. Общая часть: учебник для СПО. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 433 с.  
<https://biblio-online.ru/viewer/9578DCA5-35FB-4D54-98E4-BA5AAF3ED9EF#page/2>
6. Консультант плюс. <http://www.consultant.ru/document/>

### Web-ресурсы:

1. Исследовательский комплекс Ромир. Исследования. Аналитика // <http://romir.ru/>
2. Консалтинговый сайт. Статьи. Аналитика // <http://www.consulting.ru>
3. Маркетинговые исследования и отчеты. Стиль жизни среднего класса // [www.middleclass.ru](http://www.middleclass.ru)
4. Маркетинг: основы, видеокурсы, обзоры, книги, шаблоны // <http://powerbranding.ru>
5. Сайт о маркетинге и маркетинговых исследований // <http://powerbranding.ru/>
6. Энциклопедия маркетинга. Теория и практика. Маркетинговые исследования // [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)

*Приложение 1.*

*Образец титульного листа*

МИНИСТЕРСТВО ОБЩЕГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

АНПОО УРАЛЬСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

**Контрольная работа**  
**по дисциплине "Правовое обеспечение рекламной деятельности"**  
Вариант \_\_\_\_\_

Выполнил студент \_\_\_\_ курса  
специальность "Реклама"

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. студента)

Проверил: Павлов А.Г.

**Екатеринбург, 2018 г.**