

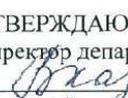


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП «Издательское дело»

(подпись) И.П. Куманева
(ФИО)

УТВЕРЖДАЮ
Директор департамента коммуникаций и медиа

(подпись) В.А. Казакова
(ФИО)
«10» июня 2019 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Правовые основы медиаотрасли

Направление подготовки 42.03.03 Издательское дело
Профиль Книгоиздательское дело
Форма подготовки очная

курс 3 семестр 6
лекции 36 час
практические занятия 18 час.
лабораторные занятия - не предусмотрено
в том числе с использованием МАО лек. 8/пр.8/ лаб. 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 54 час.
в том числе с использованием МАО 16 час.
самостоятельная работа 90 час.
в том числе на подготовку к экзамену – 45 час
контрольные работы (количество) не предусмотрено
курсовая работа/курсовой проект не предусмотрено
зачет не предусмотрено
экзамен – 6 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДФУ, принятым решением Ученого совета Дальневосточного федерального университета, протокол от 25.02.2016 № 02-16, и утвержденного приказом ректора от 10.03.2016 №12-13-391.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол №10 от «10» июня 2019 г.

Директор департамента: к.полит.н., доцент В.А. Казакова
Составитель: старший преподаватель В.А. Попиль

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Заведующий департаментом _____

(подпись)

(И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Заведующий департаментом _____

(подпись)

(И.О. Фамилия)

АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Правовые основы медиаотрасли» относится к базовой части (раздел «Дисциплины», подраздел «Состояние отрасли: история и перспективы») учебного плана направления 42.03.03 «Издательское дело» в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению и образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ.

Дисциплина относится к блоку «Дисциплины базовой части» - Б1.Б.14. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 ч. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 ч.), практические занятия (18 ч.) и самостоятельная работа студента в объеме 90 ч.

Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре при очной форме обучения. В качестве формы отчетности по дисциплине предусмотрен экзамен.

Дисциплина логически и содержательно связана с такими курсами как «Основы издательского бизнеса», «Печатные и электронные средства информации», «Технология редакционно-издательского процесса» и ряда других.

Целью изучения дисциплины «Правовые основы медиаотрасли» является развитие у студентов должного уровня компетенций, позволяющих эффективно выстраивать коммуникации в области рекламы и связей с общественностью и контакты со СМИ в соответствии с актуальным законодательством в медиасфере.

Задачи дисциплины:

- освоить теоретические основы медиа-экономики;
- овладеть методами выявления и нейтрализации барьеров в коммуникациях со СМИ;
- обрести умения выстраивать эффективные коммуникации, направленные на работу в рамках медийных проектов, в том числе с международным участием;
- дать студентам систематические знания об основных проблемах современных коммуникаций с прессой;
- сформировать у студентов понимание коммуникативной специфики коммуникаций в медиа-экономике;
- дать студентам представление об основных практиках создания современных медийных проектов;

— научить студентов видеть влияние различных обстоятельств социокультурной жизни общества, а также политических и экономических факторов на медийные проекты;

Для успешного изучения дисциплины «Правовые основы медиотрасли» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- ОПК-1 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- ПК-31 способностью анализировать клиентскую базу.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-11: способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности	Знает	Основные нормативные акты в издательско-распространительной деятельности, их особенности и степень ответственности за нарушение статей законов и подзаконных актов
	Умеет	Использовать основы правовых знаний в издательско-распространительской деятельности, в том числе при работе с конкретными предприятиями и ведении отдельных проектов
	Владеет	Навыками применения правовых знаний в издательско-распространительской деятельности при работе с конкретными предприятиями и ведении отдельных проектов, навыками урегулирования конфликтов в издательско-распространительской деятельности
ОПК-5 способность ориентироваться в современных технологиях производства печатных и электронных изданий	Знает	Основные современные технологии производства печатных и электронных изданий, а также нормативно-правовую документацию, регулирующую их деятельность
	Умеет	Использовать нормативные акты в издательско-распространительной деятельности при производстве конкретных печатных и электронных изданий
	Владеет	Навыками составления бизнес-плана для издательско-распространительских предприятий в соответствии с актуальным законодательством в медиасфере.

ПК-37 способность организовывать работу с авторами	Знает	Принципы организации работы с авторами, правила коммуникации с ними и основы алгоритма урегулирования конфликтов в соответствии с актуальным законодательством в медиасфере.
	Умеет	Эффективно организовывать взаимовыгодное сотрудничество с авторами, выстроить коммуникацию с каждым автором и решить возникшие конфликты
	Владеет	Навыками организации эффективной и плодотворной работы с авторами, базовыми навыками деловой коммуникации и делового этикета и общении с авторами
ПК-38 способность подготавливать издательские (лицензионные) договоры, вести их реестр	Знает	Правовые нормы для заключения издательских договоров
	Умеет	Работать с правовой документацией, касающейся медиаотрасли, подготавливать издательские договоры согласно поставленным задачам
	Владеет	Навыками заключения издательских договоров согласно поставленным задачам и ведения их реестра
ПК-39 способность организовывать внутрииздательский оборот	Знает	Знает основные положения документооборота, в частности, основные положения ГОСТ Р 7.0.97-2016 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов», Федеральных Законов РФ «Об обязательном экземпляре документов» и «О государственной тайне»
	Умеет	Умеет самостоятельно ориентироваться в стандартизирующих документах организации, применять в работе предписания к оформлению и сохранению документов, проводить классификацию документов
	Владеет	Навыками самостоятельного оформления и составления документов внутри издательства, дифференцирует особые виды документов и исполняет предписания и требования по работе с ним, соотносит этические требования к содержанию документов с предполагаемым адресатом и путем дальнейшего движения данного документа

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Правовые основы медиаотрасли» применяется ряд методов активного

обучения и интерактивных взаимодействий, включающих: лекцию-беседу, лекцию-дискуссию, деловые игры, групповые дискуссии.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

**(36 ч. лекционных занятий, включая 8 ч. С применением
интерактивных методов обучения)**

Модуль 1. Структура современного законодательства(16 час.)

**Тема 1. История развития права, правовые институты древности в
медиафере (4 час.)**

МАО: лекция-беседа (2 час.)

Краткое содержание темы: История развития права, право и мораль, сходства и отличия, взаимное влияние. Основные памятники права. Законы Хаммурапи. Законы 12 таблиц. Русская правда. Связь памятников права и современной системы права.

Тема 2. Современные системы права (4 час.)

МАО: лекция-дискуссия (2 час.)

Краткое содержание темы: Современные системы права в мире: англосаксонская, романо-германская, теологическая, традиционная. Специфика источников современного права. Особенности правоприменения в разных системах. Основные теории происхождения права и их взаимосвязь с современными системами права.

Тема 3. Структура правовых норм. (4 час.)

Краткое содержание темы: Структура правовой нормы. «Пирамида» права. Правовые и межправовые институты. Отрасли права. Подотрасли права. Принципы структурного анализа норм права в рамках профессиональной деятельности. Особенности ответственности за нарушения норм права в сравнении с нормами морали. Основные принципы формирования норм права.

**Тема 4. Публичное и частное, материальное и процессуальное
право (4 час.)**

Краткое содержание темы: Российское публичное право: отрасли, особенности. Российское частное право: отрасли, специфика. Применение

норм публичного и частного права в медиаотрасли. Российское материальное право: отрасли, особенности. Российское процессуальное право: отрасли, специфика.

Модуль 2. Российское законодательство о медиа (16 час.)

Тема 5. Подзаконные нормативные правовые акты, регулирующие сферу СМИ (4 час.)

Краткое содержание темы: Российское законодательство о средствах массовой информации: законы, подзаконные нормативные правовые акты, особенности, нормативные правовые акты разной юридической силы. Общие и специальные нормы права и нормативные правовые акты, касающиеся медиасферы. Регулирование работы в Интернете. Применение норм права разной юридической силы в сфере СМИ. Закон «О средствах массовой информации»

Тема 6. Закон о рекламе (4 час.)

Краткое содержание темы: Российское законодательство о рекламе: законы, подзаконные нормативные правовые акты, особенности, нормативные правовые акты разной юридической силы. Общие и специальные нормы права и нормативные правовые акты, касающиеся рекламы и СО. Применение норм права разной юридической силы в рекламной деятельности, маркетинге и деятельности по связям с общественностью. Закон «О рекламе»

Тема 7. Муниципальное законодательство о СМИ в Приморском крае (4 час.)

МАО: лекция-дискуссия (2 час.)

Краткое содержание темы: законодательство о СМИ: подзаконные нормативные правовые акты, особенности, нормативные правовые акты разной юридической силы. Принятие подзаконных правовых актов органами местного самоуправления в целях регулирования рекламного рынка в Приморском крае.

Тема 8. ФАС, Россвязькомнадзор и их роль в медиаотрасли (4 час.)

МАО: лекция-беседа (2 час.)

Краткое содержание темы: Федеральная антимонопольная служба: полномочия, особенности контроля в сфере рекламы. Россвязькомнадзор: полномочия, особенности контроля в сфере средств массовой информации.

Выдача предписаний, возбуждение и рассмотрение дел об административных правонарушениях.

Тема 9. Органы прокуратуры, МВД и их роль в медиаотрасли (4 час.)

Краткое содержание темы: Органы прокуратуры как общий надзорный орган. Практика реагирования прокуратуры на нарушения законодательства о рекламе. МВД: полномочия, особенности контроля в сфере рекламы и СМИ. Выдача предписаний, возбуждение и рассмотрение дел об административных правонарушениях. Особенности работы в рамках избирательных кампаний и предвыборной агитации, взаимодействие с избирательными комиссиями.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

(18 ч., в том числе 8 ч. с использованием интерактивных методов обучения)

Занятие 1. История развития права, правовые институты древности в медиасфере (2 час.)

МАО: групповая дискуссия

Обсуждения вопросов:

1. Понятие права и морали, их сходства и отличия, взаимное влияние.
2. Законы Хаммурапи и их применение в современном обществе.
3. Законы 12 таблиц.
4. Русская правда.
5. Связь памятников права и современной системы права.

Занятие 2. Современные системы права (2 час.)

МАО: групповая дискуссия

Обсуждения вопросов:

1. Англо-саксонская система права
2. Романо-германская система права.
3. Теологическая система права.
4. Традиционная система права.
5. Специфика источников современного права.

Занятие 3. Структура правовых норм. (2 час.)

Обсуждение вопросов:

1. «Пирамида» права.
2. Правовые и межправовые институты.
3. Отрасли права. Подотрасли права.
4. Принципы структурного анализа норм права в рамках профессиональной деятельности.
5. Особенности ответственности за нарушения норм права в сравнении с нормами морали.
6. Основные принципы формирования норм права.

МАО: работа в микрогруппах

Задание: каждой из трех микрогрупп необходимо составить «пирамиду» права, учитывая особенности профессиональной сферы: издательской, журналистской и рекламной (одна сфера для одной микрогруппы).

Занятие 4. Публичное и частное, материальное и процессуальное право(2 час.)

МАО: групповая дискуссия

Обсуждение вопросов:

1. Российское публичное право: отрасли, особенности.
2. Российское частное право: отрасли, специфика.
3. Применение норм публичного и частного права в медиаотрасли.
4. Российское материальное право: отрасли, особенности.
5. Российское процессуальное право: отрасли, специфика.

Занятие 5. Подзаконные нормативные правовые акты, регулирующие сферу СМИ (2 час.)

Обсуждение вопросов:

1. Российское законодательство о средствах массовой информации: законы, подзаконные нормативные правовые акты, особенности, нормативные правовые акты разной юридической силы.
2. Общие и специальные нормы права и нормативные правовые акты, касающиеся медиасферы.
3. Правовое регулирование работы в Интернете.
4. Применение норм права разной юридической силы в сфере СМИ.
5. Закон «О средствах массовой информации»

Занятие 6. Закон о рекламе (2 час.)

МАО: групповая дискуссия

Обсуждение вопросов:

1. Российское законодательство о рекламе: законы, подзаконные нормативные правовые акты, особенности, нормативные правовые акты разной юридической силы.
2. Общие и специальные нормы права и нормативные правовые акты, касающиеся рекламы и СО.
3. Применение норм права разной юридической силы в рекламной деятельности, маркетинге и деятельности по связям с общественностью.
4. Закон «О рекламе».

Занятие 7. Муниципальное законодательство о СМИ в Приморском крае (2 час.)

Обсуждение вопросов:

1. Законодательство о СМИ: подзаконные нормативные правовые акты, особенности, нормативные правовые акты разной юридической силы.
2. Принятие подзаконных правовых актов органами местного самоуправления в целях регулирования рекламного рынка в Приморском крае.

Занятие 8. ФАС, Россвязькомнадзор и их роль в медиаотрасли (2 час.)

Задание: каждая микрогруппа получает кейс, описывающий деятельность ФАС или Россвязькомнадзора в медиаотрасли и проводит его анализ, выделяя проблему, цель, действия, законы или подзаконные акты, на которые ссылаются органы, итог кейса, возможные корректировки кейса.

Занятие 9. Органы прокуратуры, МВД и их роль в медиаотрасли (2 час.)

Обсуждение вопросов:

1. Органы прокуратуры как общий надзорный орган.
2. Практика реагирования прокуратуры на нарушения законодательства о рекламе. МВД: полномочия, особенности контроля в сфере рекламы и СМИ.
3. Выдача предписаний, возбуждение и рассмотрение дел об административных правонарушениях.
4. Особенности работы в рамках избирательных кампаний и предвыборной агитации, взаимодействие с избирательными комиссиями.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Правовые основы медиаотрасли» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Структура современного законодательства	ОК-11	<p>Знает основные нормативные акты в издательско-распространительной деятельности, их особенности и степень ответственности за нарушение статей законов и подзаконных актов</p> <p>Умеет использовать основы правовых знаний в издательско-распространительской деятельности, в том числе при работе с конкретными предприятиями и ведении отдельных проектов</p>	<p>Собеседование (УО-1)</p> <p>круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4)</p> <p>Реферат, доклад (ПР-4)</p>	<p>Вопросы к экзамену 1-5, 8-13, 15-23</p>

			Владеет навыками применения правовых знаний в издательско-распространительской деятельности при работе с конкретными предприятиями и ведении отдельных проектов, навыками урегулирования конфликтов в издательско-распространительской деятельности		
		ОПК-5	Знает основные современные технологии производства печатных и электронных изданий, а также нормативно-правовую документацию, регулирующую их деятельность		
			Умеет использовать нормативные акты в издательско-распространительской деятельности при производстве конкретных печатных и электронных изданий		
			Владеет навыками составления бизнес-плана для издательско-распространительских предприятий в соответствии с актуальным законодательством в медиасфере.		
		ПК-37	Принципы организации работы с авторами, правила коммуникации с ними и основы алгоритма урегулирования конфликтов в соответствии с актуальным законодательством в медиасфере.		
2	Российское законодательство о медиа	ПК-37	Умеет эффективно организовывать взаимовыгодное сотрудничество с	Собеседование (УО-1) круглый стол,	Вопросы к экзамену

			авторами, выстроить коммуникацию с каждым автором и решить возникшие конфликты	дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4) Реферат, доклад (ПР-4)	14-16, 24-30
			Владеет навыками организации эффективной и плодотворной работы с авторами, базовыми навыками деловой коммуникации и делового этикета и общении с авторами		
		ПК-38	Знает правовые нормы для заключения издательских договоров		
			Умеет работать с правовой документацией, касающейся медиаотрасли, подготавливать издательские договоры согласно поставленным задачам		
			Владеет навыками заключения издательских договоров согласно поставленным задачам и ведения их реестра		
		ПК-39	Знает основные положения документооборота, в частности, основные положения ГОСТ Р 7.0.97-2016 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов», Федеральных Законов РФ «Об обязательном экземпляре документов» и «О государственной тайне»		
			Умеет самостоятельно ориентироваться в стандартизирующих документах организации,		

			применять в работе предписания к оформлению и сохранению документов, проводить классификацию документов		
			Навыками самостоятельного оформления и составления документов внутри издательства, дифференцирует особые виды документов и исполняет предписания и требования по работе с ним, соотносит этические требования к содержанию документов с предполагаемым адресатом и путем дальнейшего движения данного документа		

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Теория государства и права [Электронный ресурс]: учебник/ А.В. Малько [и др.].— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Юридический центр Пресс, 2016.— 432 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/77136.html>
2. Шагиева, Р.В. Теория правовой системы общества [Электронный ресурс]: монография/ Шагиева Р.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российская таможенная академия, 2016.— 150 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69817.htm>

3. Актуальные проблемы совершенствования законодательства и правоприменения [Электронный ресурс]: сборник магистерских научных работ/ С.С. Абрамова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва, Саратов: Всероссийский государственный университет юстиции (РПА Минюста России), Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 404 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72394.html>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Комментарий к Федеральному закону от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ «О защите конкуренции» [Электронный ресурс]/ Н.А. Агешкина [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 355 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80346.html>

2. Лескова Ю.Г. Концептуальные и правовые основы саморегулирования предпринимательских отношений [Электронный ресурс]/ Лескова Ю.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Статут, 2013.— 384 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29215.html>.

3. Основы управления персоналом: Учебник / А.Я. Кибанов; Министерство образования и науки РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 447 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=426081>

4. Синяева, И. М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : Учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. - М.: Дашков и К, 2014. - 252 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430570>

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ

ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «Правовые основы медиаотрасли» основывается на следующей логической основе. Вся основная теоретическая база излагается на лекциях; для усвоения материала студентам предлагается и самостоятельное изучение теоретического материала.

Для более глубокой проработки отдельных тем дисциплины в начале семестра предлагается список тем для подготовки реферата, доклада или эссе. Студент выбирает тему и самостоятельно в течение семестра готовит письменную работу, которую защищает в конце семестра. Реферат готовится в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению рефератов. Преподаватель контролирует результат индивидуальным собеседованием с

проверкой письменной работы (реферата) по каждой теме самостоятельной работы.

Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими занятиями, на которых магистры анализируют теоретические и практические аспекты изучаемых тем, отвечают на поставленные вопросы, определяют проблемные области исследуемых тем и затем, в групповых обсуждениях и дискуссиях, аргументированно и всесторонне защищают те или иные положения. В течение семестра каждый обучающийся должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние задания, все лекции, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

В конце семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации - сдаче экзамена, при этом для подготовки используются список контрольных вопросов к экзамену.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 12) Оборудование: Доска аудиторная	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F201 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами,

оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине **Правовые основы медиаотрасли**

Направление подготовки 42.03.03Издательское дело

Профиль **Книгоиздательское дело**

Форма подготовки очная

**Владивосток
2019**

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине
«Правовые основы медиаотрасли»

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	Февраль-май	Подготовка к практическому занятию 1-9	45 час.	Работа на практических занятиях
2.	Февраль-июнь	Подготовка письменной работы (реферат)	18 час.	Защита реферата
4	Июнь	Подготовка к экзамену	45 час.	Устный опрос (экзамен)

Самостоятельная работа состоит из следующих компонентов:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме семинара: выполнение домашних заданий.

2. Подготовка реферата по темам, сформулированным преподавателем либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «**Правовые основы медиаотрасли**»
Направление подготовки 42.03.03 Издательское дело
профиль «**Книгоиздательское дело**»
Форма подготовки очная

Владивосток

2019

**Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине
«Правовые основы медиаотрасли»**

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-11: способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности	Знает	Основные нормативные акты в издательско-распространительной деятельности, их особенности и степень ответственности за нарушение статей законов и подзаконных актов
	Умеет	Использовать основы правовых знаний в издательско-распространительской деятельности, в том числе при работе с конкретными предприятиями и ведении отдельных проектов
	Владеет	Навыками применения правовых знаний в издательско-распространительской деятельности при работе с конкретными предприятиями и ведении отдельных проектов, навыками урегулирования конфликтов в издательско-распространительской деятельности
ОПК-5 способность ориентироваться в современных технологиях производства печатных и электронных изданий	Знает	Основные современные технологии производства печатных и электронных изданий, а также нормативно-правовую документацию, регулирующую их деятельность
	Умеет	Использовать нормативные акты в издательско-распространительской деятельности при производстве конкретных печатных и электронных изданий
	Владеет	Навыками составления бизнес-плана для издательско-распространительских предприятий в соответствии с актуальным законодательством в медиасфере.
ПК-37 способность организовывать работу с авторами	Знает	Принципы организации работы с авторами, правила коммуникации с ними и основы алгоритма урегулирования конфликтов в соответствии с актуальным законодательством в медиасфере.
	Умеет	Эффективно организовывать взаимовыгодное сотрудничество с авторами, выстроить коммуникацию с каждым автором и решить возникшие конфликты
	Владеет	Навыками организации эффективной и плодотворной работы с авторами, базовыми навыками деловой коммуникации и делового этикета и общении с авторами
ПК-38 способность	Знает	Правовые нормы для заключения издательских

подготавливать издательские (лицензионные) договоры, вести их реестр		договоров
	Умеет	Работать с правовой документацией, касающейся медиаотрасли, подготавливать издательские договоры согласно поставленным задачам
	Владеет	Навыками заключения издательских договоров согласно поставленным задачам и ведения их реестра
ПК-39 способность организовывать внутрииздательский оборот	Знает	Знает основные положения документооборота, в частности, основные положения ГОСТ Р 7.0.97-2016 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов», Федеральных Законов РФ «Об обязательном экземпляре документов» и «О государственной тайне»
	Умеет	Умеет самостоятельно ориентироваться в стандартизирующих документах организации, применять в работе предписания к оформлению и сохранению документов, проводить классификацию документов
	Владеет	Навыками самостоятельного оформления и составления документов внутри издательства, дифференцирует особые виды документов и исполняет предписания и требования по работе с ним, соотносит этические требования к содержанию документов с предполагаемым адресатом и путем дальнейшего движения данного документа

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Структура современного законодательства	ОК-11	Знает основные нормативные акты в издательско-распространительной деятельности, их особенности и степень ответственности за нарушение статей законов и подзаконных актов	Собеседование (УО-1) круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4) Реферат, доклад (ПР-4)	Вопросы к экзамену 1-5, 8-13, 15-23
			Умеет использовать основы правовых знаний в издательско-распространительской		

			<p>деятельности, в том числе при работе с конкретными предприятиями и ведении отдельных проектов</p> <p>Владеет навыками применения правовых знаний в издательско-распространительской деятельности при работе с конкретными предприятиями и ведении отдельных проектов, навыками урегулирования конфликтов в издательско-распространительской деятельности</p>		
		ОПК-5	<p>Знает основные современные технологии производства печатных и электронных изданий, а также нормативно-правовую документацию, регулирующую их деятельность</p>		
			<p>Умеет использовать нормативные акты в издательско-распространительской деятельности при производстве конкретных печатных и электронных изданий</p>		
			<p>Владеет навыками составления бизнес-плана для издательско-распространительских предприятий в соответствии с актуальным законодательством в медиасфере.</p>		
		ПК-37	<p>Принципы организации работы с авторами, правила коммуникации с ними и основы алгоритма урегулирования конфликтов в соответствии с актуальным законодательством в</p>		

			медиа сфере.		
2	Российское законодательство о медиа	ПК-37	<p>Умеет эффективно организовывать взаимовыгодное сотрудничество с авторами, выстроить коммуникацию с каждым автором и решить возникшие конфликты</p> <p>Владеет навыками организации эффективной и плодотворной работы с авторами, базовыми навыками деловой коммуникации и делового этикета и общения с авторами</p>	<p>Собеседование (УО-1)</p> <p>круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4)</p> <p>Реферат, доклад (ПР-4)</p>	<p>Вопросы к экзамену 14-16, 24-30</p>
	ПК-38	<p>Знает правовые нормы для заключения издательских договоров</p> <p>Умеет работать с правовой документацией, касающейся медиаотрасли, подготавливать издательские договоры согласно поставленным задачам</p> <p>Владеет навыками заключения издательских договоров согласно поставленным задачам и ведения их реестра</p>			
	ПК-39	<p>Знает основные положения документооборота, в частности, основные положения ГОСТ Р 7.0.97-2016 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов», Федеральных Законов РФ</p>			

			«Об обязательном экземпляре документов» и «О государственной тайне»		
			Умеет самостоятельно ориентироваться в стандартизирующих документах организации, применять в работе предписания к оформлению и сохранению документов, проводить классификацию документов		
			Навыками самостоятельного оформления и составления документов внутри издательства, дифференцирует особые виды документов и исполняет предписания и требования по работе с ним, соотносит этические требования к содержанию документов с предполагаемым адресатом и путем дальнейшего движения данного документа		

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
ОК-11 способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности	знает (пороговый уровень)	Основные нормативные акты в издательско-распространительной деятельности, их особенности и степень ответственности за нарушение статей законов и подзаконных актов	Знание основных нормативно-правовых актов, используемых в издательской деятельности	Способность перечислить нормативно-правовые акты, использующиеся в издательской деятельности: общие и специальные нормы права и нормативные правовые акты, касающиеся медиасферы, закон о СМИ, закон о рекламе и т.д.

				Способность перечислить меры ответственности издателя за нарушение статей законов и подзаконных актов
	умеет (продвину тый)	Использовать основы правовых знаний в издательско-распространительской деятельности, в том числе при работе с конкретными предприятиями и ведении отдельных проектов	Умение применять основы правовых знаний в медиасфере при работе с конкретными предприятиями и ведении отдельных проектов	Способность руководствоваться определенными нормативно-правовыми актами в издательской деятельности в зависимости от направления конкретного проекта
	владеет (высокий)	Навыками применения правовых знаний в издательско-распространительской деятельности при работе с конкретными предприятиями и ведении отдельных проектов, навыками урегулирования конфликтов в издательско-распространительской деятельности	Владение навыками применения правовых знаний в издательско-распространительской деятельности, а также навыками урегулирования конфликтов в соответствии с актуальным законодательство м в медиасфере	Способность оценить деятельность издательства в целом и его отдельные действия по заключению договоров конфликтов в соответствии с актуальным законодательством в медиасфере
ОПК-5 способно сть ориентир оваться в современ ных технолог иях производ ства печатных и электрон ных изданий	знает (порогов ый уровень)	Основные современные технологии производства печатных и электронных изданий, а также нормативно-правовую документацию, регулирующую их деятельность	Знание современных технологий производства печатных и электронных изданий и основ нормативно-правового регулирования этого производства	способность перечислить современные технологии производства печатных и электронных изданий, а также соотнести законодательные акты, регулирующие деятельность издательств, с выбранным способом производства
	умеет (продвину тый)	Использовать нормативные акты в издательско-распространительской деятельности при производстве конкретных печатных и	Умение проводить анализ современных технологий производства печатных и электронных	Способность проводить пре-тестирование печатных и электронных изданий, созданных по современным технологиям, на их

		электронных изданий	изданий с точки зрения их соответствия законодательной базе медиасферы	соответствие законодательной базе медиасферы
	владеет (высокий)	Навыками составления бизнес-плана для издательско-распространительских предприятий в соответствии с актуальным законодательством в медиасфере.	Владение навыками анализа и использования существующего бизнес-плана для организации издательско-распространительской деятельности в соответствии с актуальным законодательством в медиасфере.	Способность использовать бизнес-план для организации издательско-распространительской деятельности, а также предупредить возможные конфликты при производстве печатных и электронных изданий в соответствии с актуальным законодательством в медиасфере.
ПК-37 способно сть организов ывать работу с авторами	знает (пороговый уровень)	Принципы организации работы с авторами, правила коммуникации с ними и основы алгоритма урегулирования конфликтов в соответствии с актуальным законодательством в медиасфере.	Знание основных понятий закономерности селекции, компоновки, перепакетирования и ретрансляции информации в соответствии с актуальным законодательством в медиасфере.	способность дать определения основных понятий профессиональной сферы, сформулировать возможный перечень конфликтов с авторами, решение которых могут помочь знания актуального законодательства
	умеет (продвинутый)	Эффективно организовывать взаимовыгодное сотрудничество с авторами, выстроить коммуникацию с каждым автором и решить возникшие конфликты	Умение оценивать, компоновать, перепакетировать и ретранслировать информацию, выстроить коммуникацию с каждым автором в соответствии с актуальным законодательством в медиасфере.	способность оценивать авторские материалы с точки зрения основ актуального законодательства в медиасфере,
	владеет (высокий)	Навыками организации эффективной и плодотворной работы с авторами, базовыми навыками деловой коммуникации и делового этикета и общении с авторами	Владение терминологией предметной области знаний, владение способностью сформулировать задание, чёткое понимание	Способность объяснять авторам процесс работы над изданием, выяснять пожелания авторов и находить способы урегулирования конфликтов

			требований, предъявляемых к содержанию и последовательности	
ПК-38 способно сть подготавливать издательские (лицензионные) договоры, вести их реестр	знает (пороговый уровень)	Правовые нормы для заключения издательских договоров	Знание видов издательских договоров и правил их заполнения	Способность перечислить виды издательских договоров и основные правила их заполнения
	умеет (продвинутый)	Работать с правовой документацией, касающейся медиаотрасли, оценивать издательские договоры согласно поставленным задачам	Умение самостоятельно оценивать издательские договоры согласно запланированным работам	Способность провести беседу с заказчиком, выяснить задачи издательства и предварительно подготовить издательский договор
	владеет (высокий)	Навыками заключения издательских договоров согласно поставленным задачам и ведения их реестра	Владение навыками подготовки издательских договоров, ведения их реестра и корректировки согласно актуальному законодательству в медиасфере	Способность подготовить издательский договор в кратчайшие сроки, найти необходимый договор в реестре издательства в кратчайшие сроки, провести его корректировку согласно актуальному законодательству в медиасфере
ПК-39 способно сть организовывать внутрииздательский оборот	знает (пороговый уровень)	Знает основные положения документооборота, в частности, основные положения ГОСТ Р 7.0.97-2016 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно- распорядительная документация. Требования к оформлению документов», Федеральных Законов РФ «Об обязательном экземпляре документов» и «О государственной тайне»	Знание системы формирования внутрииздательского оборота на основе ГОСТ Р 7.0.97-2016 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно- распорядительная документация. Требования к оформлению документов», ФЗ РФ «Об обязательном экземпляре документов» и «О государственной	Способность перечислить основные этапы положения внутрииздательского оборота опираясь на ГОСТ Р 7.0.97- 2016 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно- распорядительная документация. Требования к оформлению документов», ФЗ РФ «Об обязательном экземпляре документов» и «О государственной тайне»

			тайне»	
	умеет (продвину тый)	Умеет самостоятельно ориентироваться в стандартизирующих документах организации, применять в работе предписания к оформлению и сохранению документов, проводить классификацию документов	Умение следовать в профессиональной издательской деятельности основным внутрииздательского документооборота, ориентируясь на стандартизирующие документы, проводить классификацию документов	Способность следовать правилам стандартизирующих документов при осуществлении внутрииздательского документооборота, применять в работе предписания к оформлению и сохранению документов, проводить классификацию документов
	владеет (высокий)	Навыками самостоятельного оформления и составления документов внутри издательства, дифференцирует особые виды документов и исполняет предписания и требования по работе с ним, соотносит этические требования к содержанию документов с предполагаемым адресатом и путем дальнейшего движения данного документа	Владение навыками самостоятельного оформления и составления внутрииздательского документооборота, способностью выполнять предписания и требования по работе с документами, соотносить этические требования к содержанию документов с предполагаемым адресатом и путем дальнейшего движения данного документа	Способность самостоятельно организовывать внутрииздательский документооборот, выполнять предписания и требования по работе с документами, соотносить этические требования к содержанию документов с предполагаемым адресатом и путем дальнейшего движения данного документа

Промежуточная аттестация студентов

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Правовые основы медиаотрасли» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Правовые основы медиаотрасли» предусмотрена в виде экзамена в устной форме в виде собеседования – ответы на вопросы. При этом оценка на экзамене является комплексной, учитываются все оценки контрольных мероприятий текущей

аттестации весом, определяемым ведущим преподавателем.

Вопросы к экзамену

1. Понятие права, право и законодательство.
2. История развития права, исторические основы формирования современного законодательства.
3. Теории возникновения права.
4. Основные памятники права.
5. «Пирамида» права.
6. Правовая система современного государства.
7. Особенности ответственности за нарушения норм права в сравнении с нормами морали
8. Виды систем права.
9. Отрасли права в современной правовой системе, специфика межотраслевых институтов права.
10. Структура правовой нормы.
11. Основы российской правовой системы.
12. Российское законодательство о СМИ.
13. Особенности правового регулирования медиадеятельности в Интернете.
14. Российское законодательство о рекламе.
15. Подзаконные правовые акты Приморского края в медиасфере
16. Субъекты медийной деятельности, их права и обязанности.
17. Регулирование медийной деятельности нормами законодательства о выборах.
18. Регулирование медийной деятельности нормами гражданского законодательства.
19. Ответственность участников медийной деятельности за нарушения законодательства.
20. Административная ответственность участников медийной деятельности
21. Уголовная ответственность участников медийной деятельности.
22. Гражданско-правовая ответственность участников медийной деятельности.
23. Подзаконные нормативно-правовые акты, регулирующие медийную деятельность.
24. Государственные органы, регулирующие медийную деятельность и обладающие контрольно-надзорными функциями.

25. Федеральная антимонопольная служба: полномочия, особенности контроля в сфере медиа.

26. Россвязькомнадзор: полномочия, особенности контроля в сфере средств массовой информации.

27. Органы прокуратуры как общий надзорный орган.

28. МВД: полномочия, особенности контроля в сфере рекламы и СМИ.

29. Особенности работы государственных органов в рамках избирательных кампаний и предвыборной агитации, взаимодействие с избирательными комиссиями.

30. Судебные органы, уполномоченные рассматривать дела в медийной деятельности.

Принцип комплектования билетов вопросам основан на учебной программе курса, билеты составлены по тематическому принципу.

Образец экзаменационного билета

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования

**«Дальневосточный федеральный университет»
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

ООП 42.03.03 «Издательское дело»

Дисциплина «Правовые основы медиаотрасли»

Форма обучения Очная

Семестр Весенний

Реализующий Департамент коммуникаций и медиа

Экзаменационный билет № 1

1. Понятие права, право и законодательство.
2. Субъекты медийной деятельности, их права и обязанности.

Директор Департамента _____ В.А. Казакова

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене
по дисциплине «Правовые основы медиотрасли»**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка экзамена	Требования к сформированным компетенциям
----------------------------------	--------------------	--

100-86	«отлично» / «зачтено»	Оценка «отлично» или «зачтено» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил знания, умения и навыки всех компетенций дисциплины, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
85-76	«хорошо» / «зачтено»	Оценка «хорошо» или «зачтено» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
75-61	«удовлетворительно» / «зачтено»	Оценка «удовлетворительно» или «зачтено» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
< 61	«неудовлетворительно» / «незачтено»	Оценка «неудовлетворительно» или «незачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала дисциплины, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет большую часть практических работ, часть заданий не может выполнить. Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он освоил не все знания, умения и навыки компетенции дисциплины.

Текущая аттестация студентов

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Правовые основы медиаотрасли» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий (работа на практических занятиях, участие в групповых дискуссиях, защита рефератов) по оцениванию фактических знаний, умений и навыков.

Для этой дисциплины используются следующие оценочные средства:

- 1) Устный опрос (УО):
 - Собеседование (УО-1)
 - Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4)
- 2) Письменные работы (ПР):
 - Реферат, доклад (ПР-4)

Перечень оценочных средств

Код ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
--------	----------------------------------	--	---

УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимися на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
ПР-4	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов

1.1 УО-1 – собеседование

Объектами оценивания выступают:

1. *Уровень овладения практическими умениями и навыками* оценивается по активности работы на семинарских занятиях, убедительному изложению материала, оценка осуществляется по 5-бальной системе в соответствии с критериями (5-3 балла – «зачтено», менее 3 баллов – «не зачтено»). На занятиях обсуждаются вопросы на основе подготовленных домашних заданий.

Критерии оценок по 5-бальной системе следующие:

5 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие; приведены данные отечественной и зарубежной литературы, продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

4 балла - работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

3 балла – проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или

содержании проблемы.

1-2 балла - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.

Выполнение практических заданий (решение ситуационных задач) оценивается в 5-бальной системе в соответствии с критериями (5-3 балла – «зачтено», менее 3 баллов – «не зачтено»):

5 баллов – отлично владеет необходимыми умениями и навыками соответствующих компетенций - свободно справляется с задачами и вопросами, причем не затрудняется при видоизменении заданий, владеет разносторонними навыками приемами выполнения практических задач;

4 балла – хорошо владеет необходимыми умениями и навыками соответствующих компетенций - правильно применяет теоретические положения при решении практических задач, владеет необходимыми навыками решения;

3 балла - умения и навыки выработаны недостаточно в полной мере, поэтому испытывает затруднения при выполнении практических работ;

1-2 балла - недостаточно выработал необходимые умения и навыки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Кейсы к практическим занятиям

Кейс 1 «Анализ правовых ситуаций в медиаотрасли»

Соответствует занятию 8 «ФАС, Россвязькомнадзор и их роль в медиаотрасли».

План занятия:

1. Каждая из микрогрупп (2-3 студента) получает один из приведенных ниже кейсов – решений и постановлений ФАС.

2. Микрогруппа проводит анализ кейса по алгоритму: проблема, цель, действия, законы или подзаконные акты, на которые ссылаются органы, итог кейса, возможные корректировки кейса.

Кейсы:

1. РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №148-ФАС22-Р/12-17

Решение в полном объеме изготовлено 22 февраля 2018 г. г.Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель:

К<...> – заместитель руководителя управления,

Члены Комиссии:

Б<...> – начальник отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

К<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 148-ФАС22-Р/12-17 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в г.Бийске по адресу: пер. Романа Гилева, 49 к1, рекламы финансовых услуг ИП Шакура <...> в которой усматриваются признаки нарушения ч.1 ст.28 Федерального закона «О рекламе»,

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламодателя и рекламодателем - ИП Шакура <...>(адрес: 659300, г.Бийск, <...>),

УСТАНОВИЛА:

в соответствии с п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508 (далее-Правила рассмотрения антимонопольным органом дел), рассмотрение дела в отсутствие сторон возможно лишь в случаях, если имеются данные об их своевременном извещении о месте и времени рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или указанное ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом.

Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, рекламодатель и рекламодателем – ИП Шакура <...> на рассмотрение дела не явилась (о месте и времени рассмотрения дела извещен). В адрес антимонопольного органа поступило ходатайство ИП Шакура <...> о рассмотрении дела в отсутствие представителя (вхд. № 181704 от 19.02.2018г.).

На основании изложенного, Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие ИП Шакура <...>

22 февраля 2018г. Комиссия, рассмотрев материалы дела и дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

25 октября 2019г. Алтайским краевым УФАС России выявлен факт размещения и распространения по адресу г.Бийск, <...>, наружной рекламы финансовых услуг следующего содержания: «АВТОСТРАХОВАНИЕ: ОСАГО, КАСКО 24 часа – ОФОРМЛЕНИЕ ДОКУМЕНТОВ ДЛЯ ГИБДД – РЕГИСТРАЦИЯ НА САЙТЕ ГОСУСЛУГ – АВТОКРЕДИТОВАНИЕ – ТЕХОСМОТР 8 <...>» и «24 часа тел.: 8<...> АВТОСТРАХОВАНИЕ ОФОРМЛЕНИЕ ДОКУМЕНТОВ ДЛЯ ГИБДД».

В соответствии со ст.3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается информация, распространенная любым

способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в ст. 3 Федерального закона «О рекламе», является публичной, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания потребителей рекламы к финансовым услугам – автокредит и страхование. Реклама способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Финансовой услугой, в соответствии с законодательством Российской Федерации, признается банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств физических и юридических лиц.

ИП Шакура <...> зарегистрирована межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы России №15 по Алтайскому краю 08.05.2007 (ОГРНИП: 316222500080859), осуществляет деятельность согласно выписке из ЕГРИП – страхование жизни (ОКВЭД- 65.11 основной).

Согласно свидетельству о заключении брака от 26.08.2016г. Шакура <...> после заключения брака присвоена фамилия С<...> (вхд. №181763 от 20.02.2018г.).

Согласно записи 416222500665942 об изменении паспортных данных ФЛ (по данным ФМС России), внесенной 11.10.2016г. в ЕГРИП, фамилия индивидуального предпринимателя Шакура <...> изменена на С<...> ОГРНИП: 316222500080859).

Таким образом, установлено, что по указанному адресу деятельность осуществляет ИП Сидоренкова <...> (ОГРНИП: 307220412800027).

В соответствии с ч.1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В рассматриваемой рекламе объектом рекламирования выступает банковская услуга – кредит, а также страховая услуга - автострахование.

В соответствии со ст. 819 Гражданского кодекса РФ по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуется предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную сумму и уплатить проценты на нее.

Кредитная организация – юридическое лицо, которое для извлечения прибыли как основной цели своей деятельности на основании специального разрешения (лицензии) Центрального банка Российской Федерации (Банка

России) имеет право осуществлять банковские операции, предусмотренные Федеральным законом «О банках и банковской деятельности».

В соответствии со ст. 927 Гражданского кодекса РФ страхование осуществляется на основании договоров имущественного или личного страхования, заключаемых гражданином или юридическим лицом (страхователем) со страховой организацией (страховщиком).

Согласно ст.2 Федерального закона от 25.04.2002 №40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств», страховщик - страховая организация, которая вправе осуществлять обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств в соответствии с разрешением (лицензией), выданным в установленном законодательством Российской Федерации порядке.

В рассматриваемой рекламе сведения о кредитных и страховых организациях, предоставляющих кредит и услуги автострахования, отсутствуют.

На определение о продлении срока и об отложении рассмотрения дела №148-ФАС22-Р/12-17 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП Сидоренкова <...> представила (вхд. №181704 от 19.02.2018г.) следующие договоры, заключенные с кредитными и страховыми организациями на предоставление финансовых и страховых услуг:

-Договор № 01-00-35 от 22.06.2016г., заключенный между ПАО «Плюс Банк» и ИП Шакура <...>;

-Доверенность №32 от 01.02.2019г. (Приложение №1 к Агентскому договору 04 №83-54/2016г.), выданную АО «Государственная страховая компания «Югория» агенту компании ИП Сидоренковой <...>.

На основании изложенного следует, что ИП Сидоренкова <...> не оказывает самостоятельно финансовых услуг (кредит) и страховые услуги (автострахование), а является партнером (агентом): ПАО «Плюс Банк» и ОАО «Государственная страховая компания «Югория».

Таким образом, отсутствие в рассматриваемой рекламе сведений о кредитных организациях и страховых организациях, предоставляющих финансовые услуги (кредит) и страховые услуги (автострахование), противоречит ч.1 ст.28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно ст.38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч.1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, так и рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Установлено, что рекламодателем и рекламодателем является ИП Сидоренковой <...> (ОГРНИП: 307220412800027).

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ИП Сидоренковой <...> ч.1 ст.28 Федерального закона «О рекламе», что выражается в ненадлежащем размещении рекламы финансовых и страховых услуг.

В соответствии с п. 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает предписание лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь п.1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пп.37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1.Признать рекламу финансовых услуг ИП Сидоренковой <...>, распространенную в г.Бийске по адресу: <...>, ненадлежащей.

2.Признать ИП Сидоренкову <...> нарушившей требования ч.1 ст.28 Федерального закона «О рекламе».

3.Выдать ИП Сидоренковой <...> предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии: К<...>

Члены Комиссии: Б<...>

К<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № 14

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации
о рекламе

22 февраля 2018 г. г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

К<...> – заместитель руководителя управления,

члены Комиссии:

Б<...> – начальник отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

К<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

на основании своего решения от 22 февраля 2018г. по делу № 148-ФАС22-Р/12-17 о признании ненадлежащей рекламы финансовых услуг ИП Сидоренковой <...>, распространенной в г.Бийске по адресу: пер. Романа Гилева, 49 к1, поскольку при ее распространении и размещении нарушены

требования ч.1 ст.28 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Сидоренковой <...> в десятидневный срок со дня вынесения предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить размещение и распространение в г.Бийске по адресу: пер. Романа Гилева, 49 к1, ненадлежащей рекламы финансовых услуг ИП Сидоренковой <...>, по которой вынесено решение, поскольку при ее распространении нарушены требования ч.1 ст.28 Федерального закона «О рекламе».

2. ИП Сидоренковой <...> представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 19 марта 2018 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации

Председатель Комиссии К<...>

Члены Комиссии: Б<...>

К<...>

2. РЕШЕНИЕ №9

21 мая 2009 года г. Горно-Алтайск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев дело № 9 от 15.05.2009 года по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в магазине «Статус», индивидуальным предпринимателем <...> рекламы пива с признаками нарушения пункта 6 части 2 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии представителя:

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – <...>

УСТАНОВИЛА:

Управлением федеральной антимонопольной службы в порядке осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства о

рекламе, на основании Приказа Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай от 23 апреля 2009 года № 71, проведена проверка рекламы пива, распространяемой в магазине продуктов «СТАТУС», расположенного по адресу: 649100, Республика Алтай, Майминский район, с. Майма, район территории ДЭП-217.

В результате проверки установлено, что магазин продуктов «СТАТУС» принадлежит индивидуальному предпринимателю <...>.

Витрины магазина, обращенные на улицу Ленина, оборудованы полотнами в виде штор, изображения на которых носят рекламный характер. Рекламуемым товаром является пиво различных наименований. На центральной витрине размещены три полотна.

На одном полотне изображен деревянный бочонок с ввернутым краном. Из крана в кружку прозрачного цвета льется жидкость, внешне напоминающая пиво. Рядом с бочонком, на переднем плане, изображены две пластиковые бутылки с этикетками. На этикетках, в верхней части изображен деревянный бочонок и надпись: «**ПИВО**». По центру имеется надпись: «**Сибирский бочонок. Специально для сибиряков. Сварено в Сибири**». В верхней части рекламного объекта расположена надпись в виде таблички: «**СИБИРСКИЙ БОЧОНОК**».

На другом полотне изображена пластиковая бутылка с надписью «**Bagbier 1.5 л.**» на фоне провинциального городского квартала, напоминающего архитектуру Германских городов. В верхней части расположена надпись: «**ОТЛИЧНОЕ ПИВО!**». Ближе к центру расположена надпись: «**И С ЦЕНОЙ ПОРЯДОК!**».

На третьем полотне изображена стеклянная бутылка с этикеткой. На этикетке написано: «**КЛИНСКОЕ УЛЬТРА**». В нижней части полотна расположена надпись: «**КЛИНСКОЕ – совсем другая**».

На правой витрине помещено полотно с изображением банки пива «**БАЛТИКА – 7**». Рядом с пивной банкой стоит прозрачный фужер и стеклянная бутылка. На них также имеется надпись: «**БАЛТИКА – 7**». В верхней части рекламного поля имеется надпись: «**Прозрачная Этикетка**». В нижней части: «**БАЛТИКА ЭКСПОРТНОЕ. ТВОЙ МИР БЕЗ ГРАНИЦ**». С левой стороны рекламного полотна изображены пивная банка, и бутылка на которых написано: «**БАЛТИКА ДЕВЯТКА КРЕПКОЕ**».

При дальнейшем осмотре данных рекламных объектов внутри помещения было установлено, что в нижней части на них имеются надписи: «**Чрезмерное употребление пива вредит Вашему здоровью**», однако эти предупреждения скрыты от потребителей рекламы по причине несоответствия размера рекламных полотен, размеру витрин, на которых они расположены.

В торговом зале магазина установлены холодильные шкафы, предназначенные для охлаждения напитков. Стенки этих холодильных шкафов оформлены наклейками и плакатами. На шкафах установлены рекламные короба. На коробах, наклейках и плакатах изображено пиво различных наименований: **КЛИНСКОЕ, АРСЕНАЛЬНОЕ, НЕВСКОЕ, TUBORG, Carlsberg, Velkopopovicky Kozel**. Между холодильными шкафами на стене

наклеен плакат, на котором изображена бутылка пива «Балтика-3». Изображение сопровождается текстом: «**Балтика-3. Новый стандарт Российского пива. Там, где Россия.**».

На отдельных рекламных объектах имеются предупреждающие надписи о вреде чрезмерного потребления пива.

Пункт 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе» гласит: «Реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке».

Вышеуказанная распространяемая информация полностью соответствует определению понятия «реклама». Она публична, ориентирована на неопределенный круг лиц, привлекает внимание и направлена на формирование у потребителя рекламы интереса к товару (пиву), что способствует продвижению товара на рынке.

Пункт 7 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» гласит: «Рекламораспространитель – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств».

В данном случае рекламораспространителем является индивидуальный предприниматель <...>, в чьем магазине была распространена реклама пива. В своем объяснении Наталья Николаевна пояснила, что объекты рекламы были предоставлены магазину на безвозмездной основе торговыми представителями-поставщиками пива, с которыми заключены договоры о поставке пива на реализацию. Данные рекламные объекты были размещены в магазине торговыми представителями-поставщиками пива с устного разрешения владельца магазина.

В соответствии с пунктом 6 части 2 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе не должна размещаться в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе, чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

На запрос от 27.04.2009 года № 625/05 администрация Майминского муниципального образования сообщает, что здание магазина «Статус» располагается в селе Майма, по ул. Ленина в районе территории ДЭП-217 на расстоянии 90 метров от здания Майминской районной Школы искусств, расположенной по адресу: с. Майма, ул. Ленина, 15А.

Изучив материалы дела и объяснения <...>, Комиссия пришла к выводу, что распространяемая в магазине «СТАТУС» реклама пива: «**СИБИРСКИЙ БОЧОНОК**», «**Bagbier**», «**КЛИНСКОЕ УЛЬТРА**», «**БАЛТИКА – 7**», «**БАЛТИКА ДЕВЯТКА КРЕПКОЕ**», «**АРСЕНАЛЬНОЕ**», «**НЕВСКОЕ**», «**TUBORG**», «**Carlsberg**», «**Velkopopovicky Kozel**», на основании пункта 4

статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 6 части 2 статьи 22 настоящего Федерального закона несет рекламораспространитель.

Индивидуальный предприниматель <...> признала факт нарушения рекламного законодательства, выразившегося в распространении рекламы пива на расстоянии менее чем 100 метров от районной школы искусств. В свое оправдание сказала, что на момент распространения рекламы пива не знала, что своими действиями нарушает рекламное законодательство. Выразила недовольство в отношении торговых представителей-поставщиков пива, предоставивших рекламные объекты магазину. Наталья Николаевна предположила, что торговые представители –поставщики пива, зная рекламное законодательство в рамках распространения рекламы пива, поступили с ней не честно, предложив разместить в ее магазине рекламу пива.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 6 части 2 статьи 22, пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать индивидуального предпринимателя <...> нарушившей требования пункта 6 части 2 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», а именно размещение рекламы пива в принадлежащем ей магазине «СТАТУС», расположенного по адресу: 649100, Республика Алтай, село Майма, ул. Ленина в районе территории ДЭП-217, на расстоянии ближе, чем сто метров от здания Майминской районной школы искусств, расположенной по адресу: 649100, Республика Алтай, село Майма, ул. Ленина, 15А.

2. Выдать индивидуальному предпринимателю <...> предписание о прекращении нарушения требования пункта 6 части 2 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ

«О рекламе»;

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления ФАС по Республике Алтай для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении рекламораспространителя указанной рекламы индивидуального предпринимателя <...>

Решение изготовлено в полном объеме 25 мая 2009 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе по делу № 9 от 15.05.2009 г.

21 мая 2009 года г. Горно-Алтайск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, на основании своего решения по делу № 9 от 21.05.2009 года о признании ненадлежащей рекламы пива, распространяемой в магазине «СТАТУС», по адресу: Республика Алтай, Майминский район, с. Майма, район территории ДЭП-217, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органам дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...>, в срок **до 8 июня 2009 года** прекратить нарушение пункта 6 части 2 статьи 22 Федерального закона «О рекламе», а именно: исключить рекламу пива в магазине «СТАТУС», расположенном по адресу: 649100, Республика Алтай, Майминский район, с. Майма, район территории ДЭП-217;

2. Индивидуальному предпринимателю <...> представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 10 июня 2009 года**.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе УФАС по Республике Алтай вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от 12 до 20 тыс. рублей; на юридических лиц – от 300 тыс. до 500 тыс. руб.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

3. Жительница г. Челябинска обратилась в антимонопольную службу с заявлением, в котором сообщила, что была введена в заблуждение рекламой относительно условий оказания медицинских услуг и их оплаты. В результате во время посещения учреждения с заявителем был заключен договор оказания платных медицинских услуг и договор займа с микрофинансовой организацией на сумму 83 тыс. рублей.

На телефонный номер заявителя в июне 2018 года поступил телефонный звонок с рекламой медицинского центра ООО «АВКлиник» и приглашением пройти бесплатное медицинское обследование. В рекламе присутствовало предложение диагностики состояния здоровья, заключающееся в беседе с

врачом (терапевтом), замеры роста, веса и давления, подключения к диагностическому аппарату.

Челябинское УФАС России установило, что заявленная в рекламе услуга по своей природе диагностикой здоровья либо медицинской диагностикой не является. Женщине в данном центре провели антропометрические замеры (вес, рост, давление) и исследование организма на аппарате, относящемся к классу спортивного и фитнес-оборудования и предназначенного для оценки состава тела и помощи в назначении питания и тренировок.

Ведомство указало, что фактически диагностика здоровья заявителю представлена не была, поскольку измерение роста, веса и давления и исследование на аппарате не является данной услугой.

Согласно п.2 ч.3 ст.5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В своем решении антимонопольная служба указала, что в материалах дела отсутствуют доказательства, что рекламируемая услуга по своей природе является диагностикой, позволяющей установить наличие или отсутствие заболеваний у пациента и в последующем выбрать мероприятия по лечению.

В связи с этим сведения о безвозмездности данной услуги являются способом привлечь потребителей посетить данное медицинское учреждение для последующего заключения с ними договора платных медицинских услуг и их оплаты посредством предоставления займа микрофинансовой организацией.

Поскольку рекламное предложение умалчивает о названных важных деталях услуги «бесплатная диагностика», то искажается его смысл, а потребители могут быть введены в заблуждение относительно условий предоставления услуги.

Согласно ч.7 ст.5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

ООО «АВКлиник» выдано предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

В отношении хозяйствующего субъекта будет возбуждено дело об административном правонарушении. За данное нарушение Закона о рекламе установлены штрафы для юридических лиц в размере от 100 до 500 тысяч рублей.

4. РЕШЕНИЕ по делу № 06-06/92-2019

19 декабря 2019 года

город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – (...),

члены Комиссии: (...),

рассмотрев дело № 06-06/92-2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем (...) (адрес: (...), ИНН 550600131890, ОГРНИП 311554311800259, далее – ИП (...) рекламы, содержащей признаки нарушения требований пункта 3 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ИП (...), извещенной надлежащим образом (почтовый идентификатор отправления 64401014241362),

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 01.11.2019 специалистом Омского УФАС России был зафиксирован факт распространения на отдельно стоящей конструкции, находящейся в около дома № 111 по ул. Омская в г. Омске, информации следующего содержания: *«Салон красоты Колибри с 10.00 до 20.00 т.51-95-80 ул. Омская, 111 Стрижка Мужская от 150 р. Женская от 290 р. Маникюр от 250 р. Педикюр от 600 р. Депиляция от 300 р. Окрашивание от 450 р. Свадебный образ, выезд на дом Наращивание волос, ресниц, ногтей Татуаж, пирсинг».*

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

На основании пункта 3 части 3 Федерального закона «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к салону красоты «Колибри» и оказываемым услугам.

Согласно информации на режимной вывеске деятельность в салоне красоты «Колибри» осуществляет индивидуальный предприниматель ИП (...).

В ответ на запрос Омского УФАС России ИП (...) были представлены пояснения (вх. от 17.11.2019 № 9161э): «...Мною, (...), салон был приобретен в 2016 году, наружная конструкция также приобретена в собственность, но вся информация, изложенная на конструкции, устарела и является не действительным... поясняем: услуги такие как Пирсинг, Депиляция, Татуаж и иные медицинские услуги в нашем салоне не проводятся...».

Согласно части 1 статьи 10 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора.

Внимание потребителя привлекает информация о том, что в салоне красоты «Колибри» у него есть возможность получить услуги: пирсинг, депиляция, татуаж и другие, указанные в рекламе.

Вместе с тем заявленные в рекламе услуги: пирсинг, депиляция, татуаж салоном красоты «Колибри» не предоставляются.

Данный факт вводит потребителя в заблуждение, являясь нарушением пункта 3 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с которым недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

ИП (...) является рекламодателем, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 3 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ИП (...) требований пункта 3 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении наружной рекламы салона красоты «Колибри».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Салон красоты Колибри с 10.00 до 20.00 т.51-95-80 ул. Омская, 111 Стрижка Мужская от 150 р. Женская от 290 р. Маникюр от 250 р. Педикюр от 600 р. Депиляция от 300 р. Окрашивание от 450 р. Свадебный образ, выезд на дом Наращивание волос, ресниц, ногтей Татуаж, пирсинг», распространенную ИП (...) (ИНН 550600131890, ОГРНИП

311554311800259), ненадлежащей, нарушающей требования пункта 3 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП (...) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 20 декабря 2019 года.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № 06-06/92-2019

19 декабря 2019 года

г. Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – (...),

члены Комиссии: (...),

на основании своего решения от 19.12.2019 по делу № 06-06/92-2019 о признании рекламы, распространенной индивидуальным предпринимателем (...) (адрес: (...), ИНН 550600131890, ОГРНИП 311554311800259), ненадлежащей, нарушающей требования пункта 3 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, пунктом 3.56.1 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю (...) (ИНН 550600131890, ОГРНИП 311554311800259) в срок до 26 декабря 2019 года прекратить нарушение требований пункта 3 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно: не распространять рекламу, содержащую не соответствующие действительности сведения об ассортименте предлагаемых услуг (татуаж, пирсинг, депиляция), а также о возможности их получения в салоне красоты «Колибри».

2. Индивидуальному предпринимателю (...) представить в Омское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 27 декабря 2019 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Омское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Критерии оценки (устный ответ)

✓ 100-86 баллов – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

✓ 85- 76 баллов – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна-две неточности в ответе.

✓ 75- 61 баллов – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумением привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся раскрытием темы; незнание основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов;

неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Основные требования к содержанию реферата:

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно.

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). Реферат должен заканчиваться выведением выводов по теме.

По своей структуре реферат состоит из:

1. Титульного листа;
2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;
3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает деление на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует «перегружать» текст;
4. Заключения, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.
5. Списка использованной литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц. Интервал – 1,5, размер шрифта – 14, поля: левое — 3 см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее — 1,5 см. Страницы должны быть пронумерованы. Абзацный отступ от начала строки равен 1,25 см.

Реферат пишется студентами в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем. При зачете реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной

литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления. Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно. Объем реферата зависит от изучаемой темы, оформление согласно правилам, размещенным на сайте ДВФУ. В реферате должна быть показана актуальность темы, цель и задачи исследования по данной проблематике, а также краткое раскрытие темы с выводами. Для докладов и эссе – излагаемый материал, опираясь на терминологический и понятийный аппарат дисциплины «Правовые основы медиотрасли», должен носить исследовательский характер, а студент способен выявлять проблемные области, выдвигать оригинальные идеи решений и критически их обсуждать в группе.

Темы рефератов:

1. Понятие права, право и законодательство.
2. Теории возникновения права.
3. Правовая система современного государства.
4. Отрасли права в современной правовой системе, специфика межотраслевых институтов права.
5. Основы российской правовой системы.
6. Российское законодательство о рекламе
7. Российское законодательство о СМИ.
8. История развития права, исторические основы формирования современного законодательства.
9. Виды систем права.
10. Субъекты рекламной деятельности, их права и обязанности.
11. Субъекты медийной деятельности, их права и обязанности.
12. Регулирование медийной и рекламной деятельности нормами законодательства о выборах.
13. Регулирование медийной и рекламной деятельности нормами гражданского законодательства.
14. Ответственность участников рекламной деятельности за нарушения законодательства.
15. Ответственность участников медийной деятельности за нарушения законодательства.
16. Административная ответственность участников рекламной и медийной деятельности

17. Уголовная ответственность участников рекламной и медийной деятельности.

18. Гражданско-правовая ответственность участников рекламной и медийной деятельности.

19. Подзаконные нормативно-правовые акты, регулирующие рекламную деятельность.

20. Подзаконные нормативно-правовые акты, регулирующие медийную деятельность.

21. Государственные органы, регулирующие рекламную деятельность и осуществляющие надзор.

22. Государственные органы, регулирующие медийную деятельность и обладающие контрольно-надзорными функциями.

23. Судебные органы, уполномоченные рассматривать дела в сфере рекламы и медийной деятельности.

Критерии оценки презентации:

Оценка	5,0-6,0баллов (неудовлетворительно)	6,1-7,5 баллов (удовлетворительно)	7,6-8,5 баллов (хорошо)	8,6-10 баллов (отлично)
Критерии	Содержание критериев			
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов

Оформление	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

Реферат, доклад, эссе по теме считается зачтенным в случае, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, определив ее содержание и составляющие, приведены основные источники по рассматриваемой теме, студент проводит самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы, при этом оценка реферата составляет более 6 баллов.

Реферат, доклад, эссе оценивается по 10-бальной системе: 10 - 6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

От 10-ти до 6-ти баллов - студент понимает базовые основы управление брендом, понимает теоретическое обоснование выбранной темы, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения, привлечены основные источники по рассматриваемой теме, фактических ошибок, связанных с пониманием темы, нет, допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

менее 6 баллов - проявлены незнания базовых основ вопросов компетенций дисциплины; работа представляет собой полностью или большей частью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы, допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.