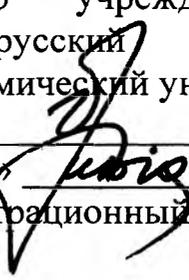
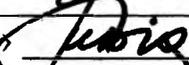


УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»


В.Н.Шимов

«25»  2018 г.

Регистрационный № УД 3576-18 /уч.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной
дисциплине для специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность»

СОСТАВИТЕЛЬ:

Давыденко М.В., доцент кафедры международного экономического права учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат исторических наук.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Бондаренко Н.Л., профессор кафедры финансового права и правового регулирования хозяйственной деятельности юридического факультета Белорусского государственного университета, доктор юридических наук, профессор

Матузяник Н.П., заведующий кафедрой правовых дисциплин учреждения образования «Минский инновационный университет», кандидат юридических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой международного экономического права учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 11 от 15 мая 2018 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 20.06.18).

Пояснительная записка

Учебная дисциплина «Правовое регулирование рекламной деятельности» предназначена для студентов, обучающихся по специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность».

Учебная программа учреждения высшего образования дисциплины «Правовое регулирование рекламной деятельности» разработана для специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность».

Целью изучения учебной дисциплины является формирование у студентов знаний по правовому регулированию и управлению рекламной деятельностью, а также приобретение способностей и навыков в сфере правового регулирования рекламной деятельности.

Эта отрасль правовых знаний выступает правовой основой политики государства в области рекламной деятельности во все сферах производственного сектора с целью повышения эффективности производства, обеспечения конкурентоспособности продукции, перехода к новым производственным технологиям и бизнес-процессам.

Основной целью учебной дисциплины «Правовое регулирование рекламной деятельности» является системный анализ нормативной правовой базы и гармонизации законодательства. Формирование единого пространства для увеличения электронной торговли. Повышение эффективности трансграничного взаимодействия между органами государственной власти, хозяйствующими субъектами и физическими лицами.

Основной задачей изучения учебной дисциплины является обеспечение такого уровня знаний, который позволил бы студентам свободно владеть понятиями и категориями данной инновационной отрасли знаний и права, применять в практической деятельности полученные знания, анализировать и применять на практике нормы права в сфере рекламной деятельности, решать конкретные задачи, возникающие в практической деятельности, предлагать пути совершенствования действующего законодательства.

Ввиду сложности и инновационности предмета учебной дисциплины «Правовое регулирование рекламной деятельности» и с целью его единого системного представления в учебной программе дается развернутая структура данной учебной дисциплины и содержание учебного материала в рамках отдельных тем. Учебная программа содержит темы и вопросы двух видов: обязательной и факультативной. Последние могут включаться в перечень тем управляемой самостоятельной работы.

То есть при разработке учебно-методических материалов для управляемой самостоятельной работы следует ориентироваться на изучение студентами тем, наиболее востребованных в будущей трудовой деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины формируются следующие компетенции:

- уметь применять правовые знания для решения теоретических и практических задач;
- владеть системным и сравнительным анализом;
- владеть исследовательскими навыками;
- уметь работать самостоятельно;
- быть способным выработать новые идеи;
- владеть междисциплинарным подходом при решении проблем;
- обладать качествами гражданственности;
- выполнять требования правовых актов профессиональной и в других сферах своей жизнедеятельности;
- соблюдать правила профессиональной этики;
- защищать гарантированные Конституцией Республики Беларусь и иными законодательными актами личные права и свободы, социально-экономические и политические права граждан, конституционный строй Республики Беларусь, государственные и общественные интересы;
- проводить правовую оценку документов и деятельности;
- вести правовую работу по обеспечению хозяйственной и иной деятельности;
- обеспечить законность и деятельность государственного органа, предприятия, организации, учреждения;
- защищать имущественные права и законные интересы государственного органа, предприятия, организации, учреждения;
- обеспечивать соответствие действующему законодательству издаваемых локальных нормативных правовых актов;
- консультировать по правовым вопросам, возникающим в деятельности государственного органа, предприятия, организации, учреждения;
- взаимодействовать со специалистами смежных профессий;
- анализировать и оценивать собранные данные;
- вести переговоры с другими заинтересованными участниками;
- готовить доклады, материалы к презентациям;
- осуществлять правовое рекламное просвещение;
- реализовывать инновации в профессиональной деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

Знать:

- основные нормативные правовые акты, регулирующие рекламную деятельность;
- нормы, регламентирующие инновационные сферы рекламной деятельности;
- нормы, регламентирующие хозяйственно-правовые отношения в экономике и хозяйственных отношениях;
- нормативные правовые акты о рекламной деятельности;
- систему государственных органов и институтов по развитию рекламной деятельности в Республике Беларусь.

Уметь:

- применять основы менеджерского, маркетингового, социокультурного и социопсихологического подходов к анализу и управлению рекламной деятельностью;
- использовать методы выбора средств маркетинговых коммуникаций.

Владеть;

- терминологией рекламной деятельности;
- навыками работы с нормативными правовыми актами, регламентирующими сферу рекламной деятельности;
- основными приемами собирания, проверки и анализа правоотношений, возникающих из правоотношений с участием институтов рекламной деятельности;
- навыками анализа законодательства и практики его применения органами, участвующими в рекламной деятельности.

Междисциплинарные связи; учебная дисциплина тесно связана с учебными дисциплинами «Маркетинг», «Теория рекламы», «История рекламы».

Количество часов по учебной дисциплине «Правовое регулирование рекламной деятельности» для очной формы обучения составляет всего – 138 часов, аудиторных – 68 часов, из них: лекции – 42 часа, семинарские занятия – 26 часов. Для заочной формы обучения составляет всего – 138 часов, аудиторных – 14 часов, из них: лекции – 9 часов, семинарские занятия – 8 часов.

Форма текущей аттестации – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 1. Понятие рекламного права

Понятие рекламного права. Предмет рекламного права. Принципы рекламного права. Задачи рекламного права. Действие законодательства о рекламе во времени, в пространстве.

Тема 2. Понятие и виды рекламной информации

Понятие рекламной информации. Признаки рекламной информации. Классификация рекламной информации.

Тема 3 Правоотношения в сфере рекламной деятельности

Субъекты рекламных правоотношений. Объекты правоотношений в сфере рекламной деятельности.

РАЗДЕЛ 2. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 4. Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности

Система государственного регулирования и контроля рекламной деятельности. Роль Президента в правовом регулировании и контроле рекламной деятельности. Роль Совета Министров в правовом регулировании рекламной деятельности. Роль местных исполнительных и распорядительных органов в области рекламы.

Тема 5. Требования к рекламной деятельности

Общие требования к рекламе. Требования к рекламе средств индивидуализации (фирменных наименований, товарных знаков и знаков обслуживания, географических указаний). Требования к рекламе, содержащей информацию о реализации товаров, связанных с осуществлением рекламодателем предпринимательской деятельности. Требования к рекламе, содержащей информацию о юридическом лице, о гражданине, деятельность которого требует государственной регистрации его в качестве индивидуального предпринимателя. Требования к рекламе, содержащей информацию о виде деятельности организации или гражданина, подлежащем лицензированию. Реклама, которая не допускается.

Тема 6. Вопросы ответственности в сфере рекламы.

Общие вопросы ответственности в сфере рекламы. Административная ответственность за нарушения законодательства о рекламе.

Тема 7. Саморегулирование в сфере рекламной деятельности
Понятие и значение саморегулирования. Общие принципы саморегулирования. Саморегулирование рекламной деятельности в России.

РАЗДЕЛ 3. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 8. Правовое регулирование рекламы в СМИ
Общие положения рекламы в СМИ. Перерывы на рекламу. Трансляция рекламы.

Тема 9. Правовое регулирование наружной рекламы
Понятие и виды наружной рекламы. Размещение средств наружной рекламы.

Тема 10. Правовое регулирование рекламы лекарственных средств, рекламы на транспортных средствах

Право на размещение рекламы лекарственных средств. Запрет на размещение рекламы лекарственных средств. Реклама лекарственных средств. Реклама биологически активных добавок к пище. Размещение рекламы на транспортном средстве.

Тема 11. Особенности правового регулирования рекламы риэлтерских услуг.

Реклама риэлтерской организации своей деятельности. Реклама риэлтерской организации объектов недвижимости.

Тема 12. Особенности правового регулирования рекламы оружия и продукции военного назначения.

Реклама оружия и продукции военного назначения. Реклама разрешенного к обороту на территории Республики Беларусь гражданского оружия.

Тема 13. Реклама алкогольных напитков и табачных изделий.

Ограничения на рекламу алкогольных напитков и табачных изделий. Содержание рекламы алкогольных напитков. Реклама пива и слабоалкогольных напитков

Тема 14. Особенности правового регулирования рекламы о трудоустройстве и учебе граждан Республики Беларусь за границей, о проведении культурно-зрелищных мероприятий.

Реклама о трудоустройстве граждан Республики Беларусь за границей. Реклама об учебе граждан Республики Беларусь за границей. Разрешение на рекламу культурно-зрелищного мероприятия. Сведения, которые должна содержать реклама культурно-зрелищных мероприятий.

Тема 15. Реклама ценных бумаг и услуг, связанных с привлечением, использованием денежных средств организаций и (или) граждан. Рекламные игры и реклама лотерей, игр, иных игровых, рекламных и развлекательных мероприятий, пари.

Запреты при размещении (распространении) рекламы ценных бумаг, банковских, страховых или иных услуг, связанных с привлечением, использованием денежных средств организаций и (или) граждан. Содержание рекламы ценных бумаг. Порядок проведения рекламных игр на территории Республики Беларусь. Содержание рекламы лотерей, игр, иных игровых, рекламных и развлекательных мероприятий, пари.

Тема 16. Особенности правового регулирования ненадлежащей и социальной рекламы.

Распространение социальной рекламы. Недобросовестная реклама. Недостоверная реклама. Неэтичная реклама. Признание рекламы ненадлежащей и осуществление контррекламы.

РАЗДЕЛ 4. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

Тема 17. Правовое регулирование рекламной деятельности в США и в европейских странах.

Общая характеристика правового регулирования рекламы в зарубежных странах.

Правовое регулирование рекламы в США.

Тема 18. Особенности правового регулирования рекламной деятельности в европейских странах и странах СНГ.

Правовое регулирование рекламы в европейских странах.

Правовое регулирование рекламы в странах СНГ.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 1-26 02 06
«РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ» ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции	ПЗ (З)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Раздел 1. Общие положения рекламной деятельности								
2.	Понятие рекламного права	2		2				[1-5, 7-8]	Написание рефератов
3.	Понятие и виды рекламной информации	2		2				[2, 7-8, 11]	Тесты, деловые игры
4.	Правоотношения в сфере рекламной деятельности	2		-				[2, 4, 7-8, 11]	Кроссворд
5.	Раздел 2. Государственное регулирование рекламной деятельности								
6.	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности	2		2				[4, 8-9]	Тесты, деловые игры
7.	Требования к рекламной деятельности	4		2				[4, 6]	Написание рефератов, презентации
8.	Вопросы ответственности в сфере рекламы.	2		-				[3, 4, 6]	Тесты, деловые игры
9.	Саморегулирование в сфере рекламной деятельности	2		2				[3, 4, 6]	Тест
10.	Раздел 3. Правовое регулирование отдельных видов рекламной деятельности								

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11.	Правовое регулирование рекламы в СМИ	2		2				[3,4,8]	Написание рефератов, тесты
12.	Правовое регулирование наружной рекламы	2		2				[3,4,8]	Деловые игры
13.	Правовое регулирование рекламы лекарственных средств, рекламы на транспортных средствах	2		-				[3, 6]	Тесты, презентации
14.	Особенности правового регулирования рекламы риэлтерских услуг	2		-				[3,8]	Тест
15.	Особенности правового регулирования рекламы оружия и продукции военного назначения.	2		-				[3, 4, 5, 8]	Написание докладов
16.	Реклама алкогольных напитков и табачных изделий	2		2				[3, 4, 8]	Кроссворд
17.	Особенности правового регулирования рекламы о трудоустройстве и учебе граждан Республики Беларусь за границей, о проведении культурно-зрелищных мероприятий	2		-				[3,4, 5, 6, 8]	Написание рефератов
18.	Реклама ценных бумаг и услуг, связанных с привлечением, использованием денежных средств организаций и (или) граждан. Рекламные игры и реклама лотерей, игр, иных игровых, рекламных и развлекательных мероприятий, пари	2		2				[4, 6, 10]	Тесты, деловые игры
19.	Особенности правового регулирования ненадлежащей и социальной рекламы.	2		2				[4-6, 8]	Написание рефератов
20.	Раздел 4. Правовое регулирование рекламной деятельности в зарубежных странах								
21.	Правовое регулирование рекламной деятельности в США и в европейских странах	4		4				[4, 8]	Написание рефератов
22.	Особенности правового регулирования рекламной деятельности в европейских странах и странах СНГ	4		2				[4, 9,11]	Написание рефератов
	Всего часов	42		26					Экзамен

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 1-26 02 06
«РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ» ДЛЯ СОКРАЩЕННОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Раздел 1. Общие положения рекламной деятельности								
2.	Понятие рекламного права	1		2				[1-5, 7-8]	Написание рефератов
3.	Понятие и виды рекламной информации	1		-				[2, 4, 7-8, 11]	Тесты, деловые игры
4.	Правоотношения в сфере рекламной деятельности	1		-				[4, 6]	Кроссворд
5.	Раздел 2. Государственное регулирование рекламной деятельности								
6.	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности	1		2				[4, 8-9]	Тесты, деловые игры
7.	Требования к рекламной деятельности	0.5		2				[4, 6]	Написание рефератов, презентации
8.	Вопросы ответственности в сфере рекламы.	1		-				[3, 4, 6]	Тесты, деловые игры
9.	Саморегулирование в сфере рекламной деятельности	0.5		1				[3, 4, 6]	Тест
10.	Раздел 3. Правовое регулирование отдельных видов рекламной деятельности								
11.	Правовое регулирование рекламы в СМИ	1		1				[3,4,8]	Написание

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									рефератов, тесты
12.	Правовое регулирование наружной рекламы	1		2				[3,4,8]	Деловые игры
13.	Правовое регулирование рекламы лекарственных средств, рекламы на транспортных средствах	1		-				[3, 6]	Тесты, презентации
14.	Особенности правового регулирования рекламы риэлтерских услуг	1		-				[3,8]	Тест
15.	Особенности правового регулирования рекламы оружия и продукции военного назначения.	1		-				[3, 4, 5, 8]	Написание докладов
16.	Реклама алкогольных напитков и табачных изделий	0.5		2				[3, 4, 8]	Кроссворд
17.	Особенности правового регулирования рекламы о трудоустройстве и учебе граждан Республики Беларусь за границей, о проведении культурно-зрелищных мероприятий	1		-				[3,4, 5, 6, 8]	Написание рефератов
18.	Реклама ценных бумаг и услуг, связанных с привлечением, использованием денежных средств организаций и (или) граждан. Рекламные игры и реклама лотерей, игр, иных игровых, рекламных и развлекательных мероприятий, пари	0.5		2				[4, 6, 10]	Тесты, деловые игры
19.	Особенности правового регулирования ненадлежащей и социальной рекламы.	1		2				[4-6, 8]	Написание рефератов
20.	Раздел 4. Правовое регулирование рекламной деятельности в зарубежных странах								
21.	Правовое регулирование рекламной деятельности в США и в европейских странах	1		4				[4, 8]	Написание рефератов
22.	Особенности правового регулирования рекламной деятельности в европейских странах и странах СНГ	1		2				[4, 9,11]	Написание рефератов
	Всего часов	16		12					Экзамен

Нормативные правовые акты:

1. Конституция Республики Беларусь : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2016. – 62 с.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Кодекс Респ. Беларусь, 7 декабря 1998 г., № 218-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2017 г., № 14-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.
3. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях [Электронный ресурс] : Кодекс Респ. Беларусь, 21 апр. 2003 г., № 194-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 19.07.2016 г. № 407-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.
4. О рекламе [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 10 мая 2007 г., № 225-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 11.05.2016 г., № 362-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.
5. О защите прав потребителей [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 9 янв. 2002 г., № 90-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 29.10.2015 г., № 313-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

6. Аркин, П. А. Правовые основы рекламной деятельности: учебное пособие / П. А. Аркин. – С.-Пб.: Бизнес-Пресса, 2004. – 208 с.
7. Гаврильчик, И. А. Постатейный комментарий к Закону Республики Беларусь от 10.05.2007 г., № 225-3 «О рекламе» / И. А. Гаврильчик, И. А. Бурда // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.
8. Копытин, Д. А. Правовое регулирование рекламного рынка: предпринимательско-правовой аспект: монография / Д.А. Копытин. – М.: Волтерс Клувер, 2010. – 192 с.
9. Малышева, М. Ф. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебно-практическое пособие / М. Ф. Малышева, А. В. Попова. – М.: Дашков и Ко, 2009. – 160 с.
10. Богацкая, С. Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: учеб. / С. Г. Богацкая. – М.: Университетская книга, 2007. – 368 с.

Дополнительная:

11. Баранова, М. В. Правовые проблемы саморегулирования в сфере рекламы / М. В. Баранова // Журн. рос. права. – 2009. – № 5. – С. 60-68.
12. Ржеутский, Л. Я. Нужен ли контроль в Интернете? / Л.Я. Ржеутский // Пробл. правовой информатизации. – 2007. – № 2. – С. 18-22.
13. Годин, А. М. Маркетинг: учебник / А. М. Годин. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 656 с.
14. Поляков, В. А. Основы рекламы: учебное пособие / В. А. Поляков, Г. А. Васильев. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 719 с.
15. Свиридова, Е. А. Правовое регулирование рекламы: учебное пособие / Е. А. Свиридова. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 192 с.
16. Романов, А. А. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев, Н. С. Апаликов, Е. А. Свиридова. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 241 с.

Информационно-методическая часть

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Правовое регулирование рекламной деятельности»

Методика преподавания учебной дисциплины «Правовое регулирование рекламной деятельности» строится на сочетании теоретических и практических занятий, дополняемых самостоятельной работой студентов с литературой и нормативными правовыми актами.

Самостоятельная работа студентов – это совокупность их самостоятельной учебной деятельности как в учебной аудитории, так и вне аудитории в процессе освоения образовательных программ высшего образования первой ступени с использованием различных средств обучения и контакте информации. Самостоятельная работа может осуществляться как в контакте с преподавателем, так и при его отсутствии.

Самостоятельная работа включает следующие виды работы:

- подготовка к текущим занятиям (лекциям, практическим занятиям, коллоквиум, контрольным работам);
- изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- выполнение индивидуально полученных заданий;
- выступление с докладами в группе, на научных и научно-практических конференциях;
- подготовка к участию в конкурсах, подготовка научных работ под руководством научного руководителя.

При подготовке к занятиям студент должен изучить указанные к соответствующей теме нормативные правовые акты, учебный материал (соответствующий раздел учебника или учебного пособия, научно-практические комментарии, рекомендуемые статьи и монографии, конспект лекций), внимательно изучить фабулы предлагаемых задач или заданий, решить их, обозначить для себя вопросы, требующие обсуждения с преподавателем.

Рекомендованные нормативные источники необходимо изучать в их последней редакции.

Студент должен также самостоятельно осуществлять поиск новейшей литературы и ее анализировать. Важными источниками для данной дисциплины являются судебная практика и постановления Пленума Верховного Суда Республики Беларусь.

На практических занятиях студент должен быть готов прокомментировать любой казус по рассматриваемой теме. Решение задачи должно быть аргументированным, содержать при необходимости ссылки на соответствующие статьи нормативных правовых актов, положения иных актов законодательства. Главным является не столько предложение решения соответствующей правовой ситуации, сколько обстоятельное ее обоснование.

Для более успешного усвоения тем рекомендуется выполнять задания по составлению обзоров отечественного и зарубежного рекламного законодательства.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
<i>Маркетинг</i>	Маркетинга	Предложений нет 	Протокол № <u>11</u> от <u>7.06</u> 2018г.
<i>Теория рекламы История рекламы</i>	Промышленного маркетинга	Предложений нет 	Протокол № <u>15</u> от <u>7.06</u> 2018г.

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
(протокол № _____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
