

№ п/п	Наименование темы	Всего часов трудоемкости	в том числе				Форма контроля
			Контактная работа			Самостоятельная работа	
			Всего часов	лекции	практические и семинарские занятия		
1	2	3		4	5		6
1	Тема 1. Правовое аспекты регулирование рекламной деятельности. Реклама как инструмент конкурентной борьбы.	2	2	2	2		Разбор ФЗ №38 «О рекламе», устный опрос
2	Тема 2. Реклама в системе массовых коммуникаций. Классификации рекламной Деятельности. Роль социологических исследований в рассмотрении дел о нарушении закона о рекламе. Методология социологического исследования в рекламе	6	6	2	2	2	Устный опрос Разбор практический кейсов
3	Тема 3. Методы маркетинговых исследований и анализа рынка рекламной деятельности. Основы маркетинга, рекламы и PR.	6	6	2	2	2	Устный опрос, обсуждение практических кейсов
4	Тема 4. Реклама как акт недобросовестной конкуренции (некоторые аспекты специфики правоприменения).	6	6	2	2	2	Устный опрос, обсуждение практических кейсов
5	Тема 5. Практика применения	6	6	2	2	2	Разбор практических кейсов

	рекламного законодательства в деятельности ФАС России. Административная ответственность за нарушения рекламного и антимонопольного законодательства (КоАП РФ)						
4	Тема 6. Судебная практика: нарушение рекламного законодательства и недобросовестной конкуренции	6	6	2	2	2	Разбор практических кейсов
5	Итоговая аттестация	2	2		2		Зачет: итоговое тестирование
	ИТОГО	36	36	12	14	10	

Разработчики программы:

- Николаева Юлия Валентиновна - Заведующая кафедрой международного и публичного права Юридического факультета Финансового университета при Правительстве РФ, доктор юридических наук, доцент.
- Елбаева Наталья Абуевна – доцент кафедры международного и публичного права Юридического факультета Финансового университета при Правительстве РФ, к.ю.н, доцент.

В реализации программы принимают участие эксперты, специалисты Финансового университета, других вузов и организаций.

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
"Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации"
(Финансовый университет)
Календарный учебный график

программы повышения квалификации
«Рекламное законодательство и недобросовестная конкуренция»

Объем программы – 36 часов

Продолжительность обучения – 6 недель

Форма обучения – Очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий

Образовательный процесс по программе может осуществляться в течение всего учебного года.
Занятия проводятся по мере комплектования учебных групп.

№ п\п	Наименование дисциплин (модулей), тем	1 неде ля	2 неде ля	3 неде ля	4 неде ля	5 неде ля	6 неде ля	КР	СР	Л	ПА	ИА	Все -го
1.	Тема 1. Правовое аспекты регулирование рекламной деятельности. Реклама как инструмент конкурентной борьбы.	2						2		2			4
2.	Тема 2. Реклама в системе массовых коммуникаций. Классификации рекламной Деятельности. Роль социологических исследований в рассмотрении дел о нарушении закона о рекламе. Методология социологического исследования в рекламе		2					2	2	2			6
3.	Тема 3. Методы маркетинговых исследований и анализа рынка			4				2	2	2			6

	рекламной деятельности. Основы маркетинга, рекламы и PR.												
4.	Тема 4. Реклама как акт недобросовестной конкуренции (некоторые аспекты специфики правоприменения).				2			2	2	2			6
4.	Тема 5. Практика применения рекламного законодательства в деятельности ФАС России. Административная ответственность за нарушения рекламного и антимонопольного законодательства (КоАП РФ)					4		2	2	2			6
5.	Тема 6. Судебная практика: нарушение рекламного законодательства и недобросовестной конкуренции						2	4	2				6
7.	Итоговая аттестация				2		2					2	2
8.	Итого	2	2	4	4	4	4	12	10	12		2	36

Условные обозначения	
ИА	Итоговая аттестация
КР	Контактная работа
Л	Лекция
СР	Самостоятельная работа