

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

ГОУ ВПО Кыргызско-Российский Славянский университет
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина



Правовое регулирование рекламы рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Гражданского права и процесса		
Учебный план	g40040140_21_12ю гп.plx Направление подготовки 40.04.01 - РФ, 530500 - КР Юриспруденция Магистерская программа "Осуществление и защита имущественных и личных неимущественных прав"		
Квалификация	магистр		
Форма обучения	очная		
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	72	Виды контроля в семестрах: зачеты с оценкой 3	
в том числе:			
аудиторные занятия	22		
самостоятельная работа	49,8		

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	12			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	4	4	4	4
Практические	18	18	18	18
Контактная работа в период теоретического обучения	0,2	0,2	0,2	0,2
В том числе инт.	4	4	4	4
В том числе в форме практ.подготовки	2	2	2	2
Итого ауд.	22	22	22	22
Контактная работа	22,2	22,2	22,2	22,2
Сам. работа	49,8	49,8	49,8	49,8
Итого	72	72	72	72

УП: g40040140_21_12ю гп.plx

Программу составил(и):

д.ю.н., профессор, Туратбекова Ч.А.

Рецензент(ы):

д.ю.н., профессор, Арабаев Ч.И.

Рабочая программа дисциплины

Правовое регулирование рекламы

разработана в соответствии с ФГОС 3++:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 40.04.01 Юриспруденция (приказ Минобрнауки России от 25.11.2020 г. № 1451)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 40.04.01 - РФ, 530500 - КР Юриспруденция

Магистерская программа "Осуществление и защита имущественных и личных неимущественных прав"

утвержденного учёным советом вуза от 28.06.2022 протокол № 11.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Гражданского права и процесса

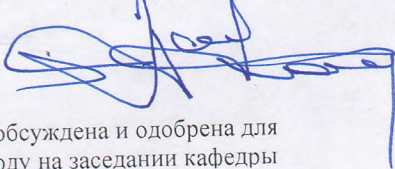
Протокол от 03.09 2021 г. № 1

Срок действия программы: 2021-2024 уч.г.

Зав. кафедрой д.ю.н., профессор Ниязова А.Н.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС
04.09. 2022 г.



Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры Гражданского права и процесса

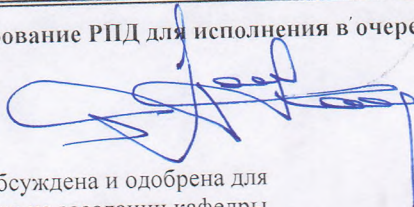
Протокол от 05.09 2022 г. № 1
 Зав. кафедрой д.ю.н., профессор Ниязова А.Н.



Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

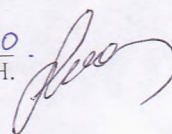
Председатель УМС
30.06 2023 г.

N10



Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры Гражданского права и процесса

Протокол от 28.06 2023 г. № 10
 Зав. кафедрой д.ю.н., профессор Ниязова А.Н.



Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС
 _____ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры Гражданского права и процесса

Протокол от _____ 2024 г. № ____
 Зав. кафедрой д.ю.н., профессор Ниязова А.Н.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС
 _____ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры Гражданского права и процесса

Протокол от _____ 2025 г. № ____
 Зав. кафедрой д.ю.н., профессор Ниязова А.Н.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	сформировать представление об основных теоретических и практических вопросах, возникающих в ходе осуществления производства и распространения рекламы участниками рекламного процесса и защиты их прав, а также навыки наиболее успешного с точки зрения научной обоснованности решения таких вопросов.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В.ДВ.06
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Научно-исследовательская работа	
2.1.2	Научно-исследовательская семинар	
2.1.3	Сравнительное правоведение	
2.1.4	Актуальные проблемы частного права	
2.1.5	Теоретические и законодательные проблемы гражданского права	
2.1.6	Методика преподавания юриспруденции в высшей школе	
2.1.7	Теория государства	
2.1.8	Философия права	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1		
2.2.2	Научно-исследовательская работа	
2.2.3	Научно-исследовательская семинар	
2.2.4	Практика по профилю профессиональной деятельности	
2.2.5	Проблемы международного частного права	
2.2.6	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.7	Преддипломная практика	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-2: Способен квалифицированно применять нормативные правовые акты в конкретных сфере юридической деятельности, реализовывать нормы материального и процессуального права в профессиональной деятельности

Знать:

Уровень 1	понятие объекта, предмета и метода правового регулирования
Уровень 2	правила юридической техники
Уровень 3	принципы профессионального мышления современного юриста, юридическую терминологию

Уметь:

Уровень 1	применять нормативные правовые акты в конкретных сферах юридической деятельности; реализовывать нормы материального и процессуального права в профессиональной деятельности
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	способностью формулировать обоснованные предложения о средствах совершенствования правового регулирования по конкретному вопросу
Уровень 2	способностью составлять план подготовки нормативно-правового акта

Уметь:

Уровень 2	применять полученные знания, юридическую терминологию, нормы материального и процессуального права в процессе правотворческой деятельности
Уровень 3	анализировать сведения, необходимые для разработки нормативного правового акта, иного документа, договор

Владеть:

Уровень 3	навыками работы с правовыми документами
-----------	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	содержание основных нормативных правовых актов (законов и подзаконных актов, международных конвенций и соглашений), регулирующих отношения, связанные с производством и распространения рекламы, особенности правового положения участников рекламного процесса.

3.2	Уметь:
3.2.1	установить необходимые источники правового регулирования для разрешения конкретных ситуаций; анализировать законы и иные нормативные правовые акты Кыргызской Республики, регулирующие рекламу, международно-правовые акты и международные документы в этой сфере; давать оценку локальным нормативным актам и документам правового характера, составлять проекты таких актов и документов; применять нормы действующего законодательства при осуществлении своей профессиональной деятельности.
3.3	Владеть:
3.3.1	навыки анализа нормативного материала, существующей правоприменительной практики; разрешения сложных ситуаций, возникающих в деятельности правоприменительных органов.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вкл занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте. ракт.	Пр. полг.	Примечание
	Раздел 1. Общие положения о рекламе							
1.1	Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ и КР /Лек/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.4Л2.1Л3.4 Э1 Э2 Э3			
	Раздел 2. Особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров (деятельности)							
2.1	Особенности рекламы на телевидении и радио, при кино- и видео-обслуживании /Пр/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3	2		презентация
2.2	Реклама в периодических печатных изданиях (в прессе) и печатной рекламе. /Пр/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3			
2.3	Реклама алкогольной продукция, пива и напитков, изготовленных на его основе, табака, табачных изделий и курительных принадлежностей. /Пр/	3	2	ПК-2	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3		2	
2.4	Реклама лекарственных средств, изделий медицинского назначения, биологически- активных и пищевых добавок, продуктов детского питания. /Пр/	3	2	ПК-2	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3			
2.5	Реклама продукции военного назначения и оружия. /Пр/	3	2	ПК-2	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3			
2.6	Реклама финансовых услуг и ценных бумаг. /Пр/	3	2	ПК-2	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3			
2.7	Особенности рекламы на телевидении и радио, при кино- и видео-обслуживании /Ср/	3	6	ПК-2	Л1.1 Л1.4Л2.1Л3.3 Э1 Э2 Э3			
2.8	Реклама алкогольной продукция, пива и напитков, изготовленных на его основе, табака, табачных изделий и курительных принадлежностей. /Ср/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.4Л2.1Л3.3 Э1 Э2 Э3			

2.9	Реклама лекарственных средств, изделий медицинского назначения, биологически-активных и пищевых добавок, продуктов детского питания. /Ср/	3	2	ПК-2	Л1.1 Л1.4Л2.1Л3.3 Э1 Э2 Э3			
2.10	Реклама финансовых услуг и ценных бумаг. /Ср/	3	5,8	ПК-2	Л1.1 Л1.4Л2.1Л3.3 Э1 Э2 Э3			
	Раздел 3. Виды ответственности за нарушение законодательства о рекламе							
3.1	Правонарушения и юридическая ответственность по рекламному законодательству КР. /Пр/	3	2	ПК-2	Л1.1 Л1.4 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3	2		метод двучастный дневник
3.2	Правонарушения и юридическая ответственность по рекламному законодательству КР. /Ср/	3	8	ПК-2	Л1.1Л2.5 Л2.2 Л2.3Л3.3 Э1 Э2 Э3			
3.3	Порядок рассмотрения дел о нарушении законодательства о рекламе в КР. /Ср/	3	8	ПК-2	Л1.2Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3			
3.4	Подготовка к зачету /Ср/	3	16	ПК-2	Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3			
3.5	/КрТО/	3	0,2	ПК-2	Э1 Э2 Э3			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы для проверки уровня обученности ЗНАТЬ

Понятие рекламного права.

Рекламное право как самостоятельная отрасль российского права.

Современные тенденции развития рекламного права в России.

Место законодательства о рекламе в правовой системе России.

Источники законодательства о рекламе: иерархия и проблемы гармонизации.

Общая характеристика федерального закона «О рекламе» как базового нормативного правового акта.

Международно-правовые акты как источники законодательства о рекламе.

Становление правового регулирования рекламной деятельности в США.

Развитие правового регулирования рекламной деятельности в странах западной Европы.

Правовая регламентация рекламы в странах ближнего зарубежья.

Понятие рекламы по законодательству КР и РФ.

Понятие рекламы в зарубежных странах.

Отличие рекламы от смежных правовых понятий.

Субъекты рекламной деятельности.

Функции рекламы.

Позитивные и негативные функции рекламы.

Социальные функции рекламы.

Специальные функции рекламы.

Специфика подходов к делению рекламы на виды.

Общеправовая классификация рекламной информации.

Виды рекламы по направленности на аудиторию.

Виды рекламы по территории распространения.

Виды рекламы по средствам распространения.

Виды рекламы по содержанию.

Гражданско-правовая классификация рекламной информации.

Реклама – публичная оферта.

Реклама – приглашение делать оферты.

Правовые особенности рекламы отдельных видов товаров.

Юридическая специфика рекламы отдельных видов услуг.

Правовая регламентация рекламы направленной на несовершеннолетних.

Правовая регламентация телевизионной рекламы.

Правовая регламентация радиорекламы.
 Специфика правовой регламентации рекламы в периодических печатных изданиях, сетях электросвязи и почтовых отправлениях
 Правовая регламентация наружной рекламы.
 Правовая регламентация рекламы на транспортных средствах.
 Правовая регламентация рекламы алкогольной продукции и пива.
 Специфика правовой регламентации рекламы табака.
 Специфика правовой регламентации рекламы лекарственных средств, биологически активных добавок и детского питания
 Правовая регламентация рекламы продукции военного назначения и оружия.
 Правовая регламентация рекламы основанных на риске игр и пари.
 Специфика правовой регламентации рекламы финансовых услуг и ценных бумаг.
 Специфика правовой регламентации рекламы привлечения денежных средств для строительства жилья.
 Специфика правовой регламентации рекламы услуг по заключению договора аренды.
 Понятие и особенности некоммерческой рекламы.
 Виды и функции некоммерческой рекламы.
 Понятие и особенности социальной рекламы по действующему российскому законодательству.
 Понятие и особенности политической рекламы по действующему законодательству РФ и КР.
 Конфессиональная реклама. Понятие и функции.
 Направления использования некоммерческой рекламы в деятельности юристов.
 Специфика использования рекламы в деятельности ОВД.
 Понятие правонарушения по рекламному законодательству РФ и КР.
 Ненадлежащая реклама. Понятие и виды.
 Недобросовестная реклама.
 Недостоверная реклама.
 Скрытая реклама. Понятие, социальная опасность.
 Требования этического характера в базовом законе «О рекламе».
 Проблема защиты чести, достоинства и деловой репутации в рекламном законодательстве РФ и КР.
 Специфика правовой регламентации рекламы «зонтичных брендов».
 Комплексный институт юридической ответственности за правонарушения в сфере рекламы.
 Понятие юридической ответственности по рекламному законодательству РФ и КР.
 Виды юридической ответственности по рекламному праву России.
 Административная ответственность за ненадлежащую рекламу.
 Гражданско-правовая ответственность за ненадлежащую рекламу.
 Уголовная ответственность за ненадлежащую рекламу.
 Контрреклама. Понятие и специфика применения.
 Профилактика правонарушений в сфере рекламного бизнеса: понятие и основные формы.
 Саморегулирование и государственный контроль в сфере рекламы.
 Права саморегулируемой организации в сфере рекламы.
 Антимонопольная служба РФ и КР (история развития, функции).
 Полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного контроля в сфере рекламы.
 Деятельность антимонопольных органов по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе.
 Оспаривание решений и предписаний антимонопольного органа.
 Специфика правовой регламентации порядка рассмотрения дел о нарушении законодательства о рекламе.
 Рассмотрение дел о рекламе арбитражными судами.
 Рассмотрение дел о рекламе судами общей юрисдикции.
 Вопросы для проверки уровня обученности ВЛАДЕТЬ И УМЕТЬ
 Социальная опасность скрытой рекламы и особенности ее правовой регламентации.
 Деятельность ОВД по профилактике и пресечению правонарушений в сфере рекламной деятельности.
 Специфика и совершенствование правовой регламентации рекламы основанных на риске игр, пари.
 Незаконное использование детского образа как разновидность правонарушения по российскому рекламному праву.
 Специфика административной ответственности за правонарушения в сфере рекламного бизнеса.
 Специфика гражданско-правовой ответственности за правонарушения в сфере рекламного бизнеса.
 Специфика уголовной ответственности за правонарушения в сфере рекламного бизнеса.
 Понятие, роль и специфика саморегулирования в сфере рекламы.
 Государственный контроль в сфере рекламы.
 Специфика правовой регламентации порядка рассмотрения дел о нарушении законодательства о рекламе.

5.2. Темы курсовых работ (проектов)

по данной дисциплине курсовые работы не предусмотрены

5.3. Фонд оценочных средств

Темы эссе:

Рекламное право как самостоятельная отрасль российского права.
 Современные тенденции развития рекламного права в России и Кыргызстане.
 Юридическая природа рекламного права и рекламных правоотношений.
 Понятие, состав и юридическая природа рекламного законодательства.
 Место законодательства о рекламе в правовой системе России.
 Источники законодательства о рекламе: иерархия и проблемы гармонизации.
 Международно-правовые акты как источники законодательства о рекламе.

Судебная практика по делам о рекламе как источник права в России и Кыргызстане.
 Юридическая специфика взаимодействия субъектов рекламной деятельности.
 Развитие рекламного законодательства и компетенция органов местного самоуправления в сфере наружной рекламы.
 Правовая регламентация рекламы в странах ближнего зарубежья.
 Функции рекламы.
 Признаки рекламной информации.
 Понятия «фирменное наименование» и «вывеска» по законодательству РФ и КР.
 Понятие и роль публицити в России и Кыргызстане.
 Правовые особенности рекламы отдельных видов товаров.
 Юридическая специфика рекламы отдельных видов услуг.
 Правовые особенности рекламы отдельных видов товаров.
 Юридическая специфика рекламы отдельных видов услуг.
 Специфика и роль временных характеристик телерадиорекламы по законодательству РФ.
 Специфика правовой регламентации рекламы привлечения денежных средств для строительства жилья.
 Специфика правовой регламентации рекламы услуг по заключению договора аренды.
 Конфессиональная реклама.
 Язык рекламных текстов в свете требований современной юридической техники и задача повышения правовой культуры граждан и должностных лиц.
 Особенности договора на распространение рекламы.
 Темы рефератов:
 Скрытая реклама.
 Проблема защиты чести, достоинства и деловой репутации в рекламном законодательстве РФ и КР.
 Требования этического характера в базовом законе «О рекламе».
 Специфика правовой регламентации рекламы «зонтных брендов».
 Комплексный институт юридической ответственности за правонарушения в сфере рекламы.
 Особенности правонарушений и юридической ответственности в сфере социальной рекламы.
 Правонарушения в сфере политической рекламы.
 Контрреклама. Понятие и специфика применения.
 Уголовная ответственность за ненадлежащую рекламу.
 Антимонопольная служба РФ и КР (история развития, функции).
 Рассмотрение дел о рекламе арбитражными судами.
 Рассмотрение дел о рекламе судами общей юрисдикции.
 Понятие и особенности социальной рекламы по действующему российскому законодательству.
 Особенности рекламы в зависимости от средств ее распространения в России и Кыргызстане. Понятие и особенности политической рекламы в России и Кыргызстане.
 Конфессиональная реклама. Понятие и функции.
 Темы презентаций:
 Правонарушения при распространении рекламы в Интернете и специфика юридической ответственности за их совершение.
 Реклама с нарушением требований этического характера как морально-правовой феномен.
 Правонарушения в сфере политической рекламы и особенности юридической ответственности за их совершение.
 Правонарушения в сфере социальной рекламы и специфика юридической ответственности за их совершение.
 Международно-правовая ответственность в сфере рекламной деятельности: природа, виды, эффективность действия.
 Понятие ненадлежащей рекламы по рекламному законодательству.
 Правонарушения в сфере наружной рекламы.
 Нарушения авторских прав в рекламе.
 Комплексный институт юридической ответственности за правонарушения по рекламному законодательству.
 Социальная опасность скрытой рекламы и особенности ее правовой регламентации.
 Деятельность ОВД по профилактике и пресечению правонарушений в сфере рекламной деятельности.
 Специфика и совершенствование правовой регламентации рекламы основанных на риске игр, пари.
 Незаконное использование детского образа как разновидность правонарушения по российскому рекламному праву.
 Специфика административной ответственности за правонарушения в сфере рекламного бизнеса.
 Специфика гражданско-правовой ответственности за правонарушения в сфере рекламного бизнеса.
 Специфика уголовной ответственности за правонарушения в сфере рекламного бизнеса.
 Понятие, роль и специфика саморегулирования в сфере рекламы.
 Государственный контроль в сфере рекламы.
 Специфика правовой регламентации порядка рассмотрения дел о нарушении законодательства о рекламе.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Эссе
 Реферат

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Мамонова Е.А.	Правовое регулирование рекламы: Учеб. пособие	
Л1.2	Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А.	Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие	- М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС 2016
Л1.3	Шарков Ф.И.	Интегративные коммуникации: реклама, PR, брендинг: учебное пособие	Дашков и К 2014
Л1.4	Ромат Е.В., Сендеров Д.В.	Реклама: практическая теория : учебник	"Издательский дом ""Питер" 2016
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Рихтер А.Г.	Правовое регулирование рекламы.	
Л2.2	Р.С. Голованова	Заведомо ложная реклама и иные правонарушения в рекламной сфере	
Л2.3	Р.С. Голованов	Заведомо ложная реклама и способы обеспечения доказательств в Интернете	
Л2.4	Голованов Р.С.	Разграничение составов преступлений "Заведомо ложная реклама" и "Мошенничество"	
Л2.5	Голованов Р.С.	Некоторые вопросы толкования понятия "реклама" (по статье 192 Уголовного кодекса Кыргызской Республики)	
6.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	А.С.Кацев	Журналистика. Реклама. PR.: Электронный словарь	КРСУ 2013
Л3.2	Кацев А.С.	Журналистика. Реклама. PR: Электр. словарь	Бишкек: Изд-во КРСУ 2013
Л3.3	Деева И.В., Кацев А.С., Озмитель М.Е., Шепелева Г.П., Кацев А.С., Озмитель М.Е.	Журналистика. PR. Реклама: Словарь-справочник	Бишкек: Изд-во КРСУ 2010
Л3.4	К.А. Аксенова	Реклама и рекламная деятельность: Конспект лекций	М.: ПРИОР-издат 2005
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Централизованный банк данных правовой информации Кыргызской Республики		http://cbd.minjust.gov.kg/ru-ru/nprkr/search
Э2	Судебные акты и заседания		https://sot.kg/
Э3	обзор судебной практики		http://www.arbitr.ru/as/pract/vas_info_letter/3015.html
6.3. Перечень информационных и образовательных технологий			
6.3.1 Компетентностно-ориентированные образовательные технологии			
6.3.1.1	Занятия проводятся в аудиториях юридического факультета КРСУ. Аудитории оснащены мультимедийным оборудованием, интерактивными досками, которые используется при проведении занятий. Также в кабинетах имеется Интернет. Интернет может быть использован для получения дополнительной информации. На занятиях особое внимание уделяется практическим вопросам решения задач, кейсов. В силу этого на занятиях предполагается использование следующих технологий: - аудиторные занятия проводятся в виде практических с использованием технологии «мастер-классов». Во время проведения занятий используются и демонстрируются следующие интерактивные методы обучения и стратегии критического мышления : мозговой штурм, продвинутая лекция, работа в малых группах, ранжирование, кейс-стади, презентация докладов студентов, просмотр и обсуждение видеоматериалов и другие.		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем и программного обеспечения			
6.3.2.1	Централизованный банк данных правовой информации Кыргызской Республики http://cbd.minjust.gov.kg/ru-ru/nprkr/search		
6.3.2.2	Судебные акты и заседания https://sot.kg/		
7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
7.1	В ходе проведения занятий используются: доска, проектор, компьютер, телевизор.		
7.2	Корпус 7, учебная аудитория 503 на 80 посадочных мест с видеонаблюдением, компьютеризированное рабочее место преподавателя, интерактивная доска, мультимедийный проектор, переносной персональный компьютер, подключенный к сети Интернет.		

7.3	Корпус 7, учебная аудитория 508 на 80 посадочных мест с видеонаблюдением, компьютеризированное рабочее место преподавателя, интерактивная доска, мультимедийный проектор, переносной персональный компьютер, подключенный к сети Интернет.
7.4	Корпус 7, учебная аудитория 404, 405 на 20 посадочных мест для проведения семинарских занятий

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программа самостоятельной познавательной деятельности

Программой обучения магистров большое значение придается самостоятельному виду обучения, который заключается в:

- А) изучении теоретического материала по базовому учебнику, а также по другим источникам, справочной, общей и дополнительной литературы;
- Б) подготовке к семинарским занятиям;
- В) ответах на контрольные вопросы и др.;
- Г) подготовке к зачету (изучение отдельных вопросов, не вошедших в практическую часть программы, повторение пройденного на семинарах материала).

Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе - самостоятельная творческая письменная работа, по форме эссе обычно представляет собой рассуждение – размышление (реже рассуждение – объяснение), поэтому в нём используются вопросно-ответная форма изложения, вопросительные предложения, ряды однородных членов, вводные слова, параллельный способ связи предложений в тексте. 1. Объем эссе не должен превышать 1–3 страниц. 2. Эссе должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной. 3. Необходимо писать коротко и ясно. Эссе не должно содержать ничего лишнего, должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия позиции, идеи. 4. Эссе должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре. 5. Каждый абзац эссе должен содержать только одну основную мысль. 6. Эссе должно показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи. 7. Эссе должно содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции. Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями: - мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов (Т); - мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы (А). Тезис - это сужение, которое надо доказать. Аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут «перегрузить» изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Самостоятельная работа магистранта, включающая самые разнообразные формы и методы, предполагает, кроме всего прочего, и работу над рефератом. Рефераты пишутся магистрантами, практически, по всем дисциплинам. Но, к сожалению, часто представляемые к рассмотрению рефераты не в полной мере отвечают требованиям, предъявляемым к этому виду самостоятельной работы

Среди наиболее распространенных недостатков

- отсутствие четкой структуры,
- неопределенность в постановке задач,
- чрезмерно высокая степень компилятивности,
- небрежное или неправильное оформление,
- отсутствие справочно-библиографического аппарата.

В современной литературе довольно четко сформулировано значение понятия «реферат». Термин «реферат» имеет латинские корни (лат. refero) и в дословном переводе означает «передаю, докладываю, сообщаю».

Методические рекомендации по написанию реферата

Реферат - это самостоятельная учебно-исследовательская работа обучающегося, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала должно носить проблемно-поисковый характер.

Этапы работы над рефератом

1. Формулирование темы. Тема должна быть не только актуальной по своему значению, но и оригинальной, интересной по содержанию.
2. Подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 8-10).
3. Составление библиографии в соответствии с ГОСТом.
4. Обработка и систематизация информации.
5. Разработка плана реферата.
6. Написание реферата.
7. Публичное выступление с результатами исследования на семинарском занятии.

Содержание работы должно отражать: знание современного состояния проблемы; обоснование выбранной темы; использование известных результатов и фактов; полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой; актуальность поставленной проблемы; материал, подтверждающий научную либо практическую значимость.

Защита реферата. Основной задачей устного выступления является не стремление обучающегося максимально полно или кратко прочитать реферат, а краткими и выборочными доказательствами (по некоторым из перечня озвученных обобщений) рассказать о своем реферате, подчеркивая его авторско-аналитические характеристики, логическую

структурность и завершенность. На выступление дается примерно 10-15 минут, поэтому обучающийся дома заблаговременно составляет расширенный план-конспект устного доклада (с кратким изложением реферата).

Структура реферата.

1. Начинается реферат с титульного листа.

2. За титульным листом следует Оглавление.

Оглавление - это план реферата, в котором каждому разделу должен соответствовать номер страницы, на которой он находится.

3. Текст реферата. Он делится на три части: введение, основная часть и заключение.

а) Введение - раздел реферата, посвященный постановке проблемы, которая будет рассматриваться и обоснованию выбора темы.

б) Основная часть - это звено работы, в котором последовательно раскрывается выбранная тема. Основная часть может быть представлена как цельным текстом, так и разделена на главы. При необходимости текст реферата может дополняться таблицами, графиками, но ими не следует «перегружать» текст.

в) Заключение - данный раздел реферата должен быть представлен в виде выводов, которые готовятся на основе подготовленного текста. Выводы должны быть краткими и четкими. Также в заключении можно обозначить проблемы, которые «высветились» в ходе работы над рефератом, но не были раскрыты в работе.

4. Список использованных источников. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и все иные, изученные им в связи с его подготовкой. В работе должно быть использовано не менее 10 разных источников. Оформление списка использованных источников должно соответствовать требованиям библиографических стандартов.

Технические требования по оформлению реферата: реферат должен быть набран на компьютере шрифтом Times New Roman, 14, одинарный интервал, отступ красной строки 0,5, поля со всех сторон – 1,5.

Методические рекомендации к подготовке презентаций

Мультимедийные презентации - это вид самостоятельной работы студентов по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint. Этот вид работы требует координации навыков магистрантов по сбору, систематизации, переработке информации, оформления её в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде. То есть создание материалов-презентаций расширяет методы и средства обработки и представления учебной информации. Затраты времени на создание презентаций зависят от степени трудности материала по теме, его объёма, уровня сложности создания презентации, индивидуальных особенностей студента и определяются преподавателем: стараемся не использовать слишком пестрый фон или фон более яркий, чем сам материал презентации; фотографии или картинки желательно подписывать; на слайде располагаем 1 – 2 картинки или фотографии; текста на слайдах должно быть немного (один абзац! Или вообще только тезисы); текст должен хорошо читаться; текст на слайдах – для аудитории, читать его должны не вы; не увлекайтесь большим количеством слайдов. Ограничьтесь 15-18; по времени презентация не должна превышать 10-15 минут.

Технологическая карта дисциплины в Приложении №2