

**Программа учебной дисциплины - Научно-исследовательский семинар
«Правовое регулирование рекламы и спонсорства в спорте»**

Аннотация

Учебная дисциплина Научно-исследовательский семинар «Правовое регулирование рекламы и спонсорства в спорте» посвящена углубленному изучению актуальных вопросов теории и современной практики правового регулирования отношений в области рекламы и спонсорства при проведении спортивных мероприятий.

Её содержание включает 11 тем в последовательности, предусматривающей формирование компетенций, необходимых в профессиональной деятельности юристов, осуществляющих свою деятельность в спортивных организациях. Студенты, изучившие дисциплину, узнают структуру правоотношений в области спонсорства и рекламы, изучают систему нормативно-правовых и подзаконных актов, регулирующих данную область отношений. Особенностью настоящего научно-исследовательского семинара является, прежде всего, то, что наряду с подачей нормативного материала, рассмотрением практических аспектов в сфере правового регулирования рекламы и спонсорства и иных значимых вопросов в данной области, в нём также акцентируется внимание на животрепещущих вопросах: анализируются мнения юридического сообщества на ряд дискуссионных проблем в сфере спортивной рекламы и спонсорства. По результатам освоения дисциплины студенты смогут в своей практической деятельности в пределах должностных обязанностей принимать решения по вопросам регулирования рекламы и спонсорства нестандартных ситуациях. Дисциплина предусматривает 9 тестов, 7 домашних заданий (в виде практических кейсов-заданий). Блокирующие элементы контроля отсутствуют. Для успешного освоения дисциплины студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями: знать основные понятия, термины, стандарты в системе регулирования рекламы и спонсорства, порядок составления договоров об оказании рекламных услуг и спонсорских соглашений; уметь разрабатывать локальные акты в соответствии с профилем деятельности спортивной организации; владеть навыками разработки и оформления нормативных документов по подготовке отчетов и актов об исполнении спонсорских и рекламных договоров, основы налогообложения в сфере спонсорства и рекламы, основные законодательные ограничения в спортивной рекламе.

**Программа учебной дисциплины - Научно-исследовательский семинар
«Правовое регулирование рекламы и спонсорства в спорте»**

**Утверждена Академическим советом ООП
Протокол № 12 от 25 июня 2019 г.**

Автор	А.В. Чеботарев , доцент кафедры трудового права и права социального обеспечения департамента общих и межотраслевых юридических дисциплин факультета права НИУ ВШЭ (advokat-avh461@yandex.ru)
Число кредитов	3
Контактная работа (час.)	56
Самостоятельная работа (час.)	58
Курс	2
Формат изучения дисциплины	Без использования онлайн-курса

I. Цель, результаты освоения дисциплины и пререквизиты

Целью освоения Научно-исследовательского семинара (далее - НИС) «Правовое регулирование рекламы и спонсорства в спорте» является формирование компетенций о специфике правового регулирования отношений в области рекламы и спонсорства в спорте, навыки составления договоров на оказание рекламных и спонсорских услуг, основные законодательные ограничения в области спортивной рекламы и спонсорства.

В результате освоения НИС студент должен:

знать:

- общегосударственные законодательные правовые и нормативно-методические акты, регулирующие отношения в сфере рекламы и спонсорства в спорте;
- актуальные ключевые проблемы в области правового регулирования рекламы и рекламного менеджмента;
- правила разработки и движения правовой документации по рекламе;
- организационные основы управления;
- правила и условия заключения гражданско-правового договора на оказание рекламных услуг;
- порядок контроля исполнения гражданско-правового договора о рекламе и спонсорстве;
- правила досудебного урегулирования спора, вытекающего из гражданско-правовых отношений в области спортивной рекламы.

уметь:

- разрабатывать проекты договоров рекламы, спонсорства;
- проекты организационно-распорядительных документов;
- анализировать судебную практику по делам, вытекающим из отношений в области рекламы и спонсорства;
- анализировать и оценивать правовую ситуацию при документировании отношений в области рекламы;

владеть:

- приемами и методами научно-исследовательской работы, а также приемами внедрения полученных результатов исследований в практическую деятельность кадровых служб;
- методиками экспертной оценки нормативных правовых актов в области правового регулирования рекламы и спонсорства в спорте;
- методиками документального оформления отношений по рекламе и спонсорству, контроля исполнения договоров о рекламе, составлению актов оказанных услуг по рекламе и спонсорству, отчетов перед рекламодателем и спонсором, подготовки претензий по исполнению договора о рекламе, защиты прав спортивной организации в вопросах рекламы и спонсорства;

Изучение НИС «Правовое регулирование рекламы и спонсорства в спорте» базируется на следующих дисциплинах:

- Гражданское право;
- Трудовое право;
- Гражданский и арбитражный процесс;

Для освоения НИС студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- знать Гражданское, Трудовое законодательство и иные федеральные законы, содержащие нормы о регулировании рекламы и спонсорства в спорте; акты судебной практики по вопросам рекламы; основы рекламного менеджмента;

- использовать полученные правовые знания для решения практических проблем в профессиональной деятельности с применением современных информационных технологий;
- обладать навыками работы с научной литературой, нормативно-методическими актами, справочными материалами.

Основные положения НИС должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Правовое регулирование рекламы и спонсорства;
- Правовые механизмы управления в области рекламы и маркетинга.
- Экономика спортивной организации;

II. Содержание учебной дисциплины

Тема (раздел дисциплины)	Объем в часах	Планируемые результаты обучения (ПРО), подлежащие контролю	Формы контроля
	лк		
	см		
	сп		
Тема № 1. Законодательное, нормативно-методическое и организационное регулирование рекламной деятельности спортивных организаций.	лк	обладает глубокими знаниями в отношении базовых понятий, критериев и принципов организации рекламных кампаний в спорте; дает квалификацию юридическому факту применительно в области рекламы и спонсорства; применяет к юридическому факту действующую норму права (гражданское и трудовое законодательство, федеральные законы, нормативно-методические акты, применяемые в сфере рекламы).	Тест (перечень вопросов с одним правильным либо неправильным ответом). Устный опрос Активность на семинаре
	см - 5		
	сп - 5		
Тема № 2. Судебная практика по делам о рекламе	лк	обладает глубокими знаниями в отношении базовых понятий, критериев и принципов разработки проектов договоров о рекламе, претензий, исковых заявлений в сфере рекламы; даёт квалификацию локальным нормативным актам; использует специальные	Домашнее задание в виде практического кейса-задания Тест (перечень вопросов с одним правильным либо неправильным
	см - 5		
	сп - 5		

		<p>методы познания при анализе и обработке юридически значимой информации для решения тестовых заданий;</p> <p>находит, анализирует и обрабатывает юридически значимую информацию;</p> <p>работает со специализированными правовыми системами при подготовке домашнего задания</p>	<p>ответом)</p> <p>Устный опрос</p> <p>Активность на семинаре</p>
<p>Тема № 3. Правовое регулирование и документирование основных этапов заключения договоров о рекламе</p>	лк	<p>обладает глубокими знаниями в отношении базовых понятий, критериев и принципов заключения договоров о рекламе;</p> <p>дает квалификацию юридическому факту применительно к возникновению гражданского правоотношения;</p> <p>применяет к юридическому факту действующую норму права (положения гражданского законодательства о порядке заключения рекламных и спонсорских договоров);</p> <p>использует специальные методы познания при анализе и обработке юридически значимой информации для решения тестового задания;</p> <p>находит, анализирует и обрабатывает юридически значимую информацию;</p> <p>работает со специализированными правовыми системами (базами данных);</p> <p>осуществляет правовую экспертизу документов в сфере рекламы.</p>	<p>Домашнее задание в виде практического кейса-задания</p> <p>Тест (перечень вопросов с одним правильным либо неправильным ответом)</p> <p>Устный опрос</p> <p>Активность на семинаре</p>
	см - 5		
	сп - 5		
Тема № 4.	лк	обладает глубокими знаниями в	Домашнее задание в

Договоры о рекламе и работа с ними	см - 5	<p>отношении базовых понятий, критериев и принципов заключения гражданско-правовых сделок в области спонсорства и рекламы;</p> <p>использует специальные методы познания при анализе и обработке юридически значимой информации для решения практических кейсов;</p> <p>находит, анализирует и обрабатывает юридически значимую информацию;</p> <p>работает со специализированными правовыми системами (базами данных).</p>	<p>виде практического кейса-задания</p> <p>Тест (перечень вопросов с одним правильным либо неправильным ответом).</p> <p>Устный опрос.</p> <p>Активность на семинаре</p>
	ср - 5		
Тема № 5. Дополнительное соглашение к гражданско-правовому договору	лк	<p>обладает глубокими знаниями в отношении базовых понятий, критериев и принципов регулирования гражданско-правовых отношений;</p> <p>дает квалификацию юридическому факту применительно к изменению гражданско-правового отношения;</p> <p>применяет к юридическому факту действующую норму права (изменение условий договора о рекламе);</p> <p>использует специальные методы познания при анализе и обработке юридически значимой информации для выполнения домашнего задания;</p> <p>находит, анализирует и обрабатывает юридически значимую информацию;</p> <p>работает со специализированными правовыми системами (базами</p>	<p>Домашнее задание в виде практического кейса-задания.</p> <p>Устный опрос</p> <p>Активность на семинаре</p>
	см - 5		
	ср - 4		

		данных).	
Тема № 6. Документальное оформление отношений в области рекламы и спонсорства	лк	<p>обладает глубокими знаниями в отношении базовых понятий, критериев и принципов изменения договора о рекламе</p> <p>дает квалификацию юридическому факту применительно к изменению условий договора о рекламе и расторжение договора;</p> <p>применяет к юридическому факту действующую норму права (гражданское законодательство);</p> <p>использует специальные методы познания при анализе и обработке юридически значимой информации для решения тестового задания;</p> <p>находит, анализирует и обрабатывает юридически значимую информацию;</p> <p>работает со специализированными правовыми системами (базами данных);</p> <p>осуществляет правовую экспертизу документов в сфере правового регулирования рекламы.</p>	<p>Тест (перечень вопросов с одним правильным либо неправильным ответом)</p> <p>Устный опрос.</p> <p>Активность на семинаре</p>
	см - 4		
	сп - 4		
Тема № 7. Практические аспекты прекращения гражданско-правовых договоров в области рекламы.	лк	<p>обладает глубокими знаниями в отношении базовых понятий, критериев и принципов прекращения гражданско-правовых договоров, составления актов оказанных услуг;</p> <p>дает квалификацию юридическому факту применительно к прекращению гражданско-правовых отношений;</p> <p>применяет к юридическому</p>	<p>Два домашних задания в виде практического кейса-задания</p> <p>Устный опрос</p> <p>Активность на семинаре</p>
	см - 4		
	сп - 4		

		<p>факту действующую норму права (гражданское законодательство);</p> <p>использует специальные методы познания при анализе и обработке юридически значимой информации для решения практических кейсов;</p> <p>находит, анализирует и обрабатывает юридически значимую информацию;</p> <p>работает со специализированными правовыми системами (базами данных);</p> <p>осуществляет правовую экспертизу документов в сфере рекламы.</p>	
<p>Тема № 8. Определение предмета договора о рекламе и спонсорстве.</p>	<p>лк см - 10 ср - 14</p>	<p>обладает глубокими знаниями в отношении базовых понятий, критериев и принципов заключения гражданско-правовых договоров в области рекламы;</p> <p>дает квалификацию юридическому факту применительно отношениям в области спортивной рекламы; применяет к юридическому факту действующую норму права (Гражданский кодекс РФ, федеральные законы «О рекламе», «О физической культуре и спорте»);</p> <p>использует специальные методы познания при анализе и обработке юридически значимой информации для решения практических кейсов;</p> <p>находит, анализирует и обрабатывает юридически значимую информацию;</p> <p>работает со специализированными</p>	<p>Домашнее задание в виде практического кейса-задания Тест № 1 (перечень вопросов с одним правильным ответом), Тест № 2 (перечень вопросов с одним неправильным ответом), Устный опрос. Активность на семинаре</p>

		<p>правовыми системами (базами данных);</p> <p>осуществляет правовую экспертизу документов в сфере правового регулирования рекламы.</p>	
<p>Тема № 9. Подготовка отчетов о рекламе и спонсорстве. Государственный контроль в области рекламы.</p>	лк	<p>обладает глубокими знаниями в отношении базовых понятий, критериев и принципов исполнения договоров о рекламе;</p> <p>дает определение основных понятий применительно к отношениям о рекламе;</p> <p>находит, анализирует и обрабатывает юридически значимую информацию;</p> <p>работает со специализированными правовыми системами (базами данных).</p> <p>осуществляет правовую экспертизу документов.</p>	<p>Тест (перечень вопросов с одним правильным либо неправильным ответом), Устный опрос</p> <p>Активность на семинаре</p>
	см - 5		
	сп - 4		
<p>Тема № 10. Определение прав и обязанностей сторон в договоре о рекламе.</p>	лк	<p>обладает глубокими знаниями в отношении определении прав и обязанностей сторон в договоре о рекламе;</p> <p>находит, анализирует и обрабатывает юридически значимую информацию;</p> <p>работает со специализированными правовыми системами (базами данных).</p>	<p>Устный опрос Активность на семинаре</p>
	см - 4		
	сп - 4		
<p>Тема 11. Разрешение споров по делам о рекламе</p>	лк	<p>обладает глубокими знаниями в отношении базовых понятий, критериев и принципов разрешения гражданско-правовых споров в сфере рекламы;</p> <p>находит, анализирует и обрабатывает юридически</p>	<p>Тест (1перечень вопросов с одним правильным либо неправильным ответом). Устный опрос. Активность на семинаре</p>
	см - 4		
	сп - 2		

		<p>значимую информацию;</p> <p>работает со специализированными правовыми системами (базами данных).</p> <p>осуществляет правовую экспертизу документов</p>	
Часов по видам учебных занятий:	лк		
	см - 56		
	сп - 58		
Итого часов:	112		

Тема № 1.

Законодательные, нормативно-методическое и организационное регулирование деятельности кадровых служб спортивных организаций

1. Нормативно-правовые акты России в сфере рекламы и спонсорства. Подзаконные акты в сфере рекламы.
2. Организационно-правовые документы спортивной организации в сфере рекламы и спонсорства.

Тема № 2.

Локальные нормативные акты работодателя

1. Нормы актов спортивных лиг и федераций о спортивной рекламе и спонсорстве. Условия и порядок разработки регламентов соревнований.
2. Вопросы рекламы и спонсорства в нормах трудового права, регулирующего труд спортсменов.
3. Критерии классификации нормативных актов в области рекламы.
4. Требования к оформлению и содержанию регламентных нормативных актов.

Тема № 3.

Правовое регулирование и документирование основных этапов заключения рекламного договора

1. Процедуры, предшествующие заключению рекламного договора.
2. Коммерческое предложение о рекламе при проведении переговоров.
3. Подготовка документов для заключения договора.
4. Заключение договора о рекламе, полномочия на подписание договора.
5. Приложения к договору рекламы и спонсорства.

Тема № 4.

Договоры о рекламе в спорте

1. Содержание договора о рекламе.
2. Спонсорское соглашение.
3. Права и обязанности договора о рекламе.

Тема № 5.***Ответственность сторон по договору о рекламе***

1. Виды ответственности за нарушение условий договора о рекламе.
2. Договорная ответственность в сфере рекламы и спонсорства.
3. Документальное закрепление факта неисполнения договора о рекламе.

Тема № 6.***Финансовые обязательства в договоре о рекламе***

1. Условия о платеже в договоре о рекламе, формы оплаты по договору о рекламе.
2. Прекращение обязательств сторон по договору о рекламе.
3. Акты оказанных услуг по договору о рекламе.

Тема № 7.***Спонсорство в спорте***

1. Отличительные признаки спонсорства и рекламы.
2. Условия спонсорского соглашения в спорте.
3. Права и обязанности спонсора в законе «О рекламе».

Тема № 8.***Ответственность сторон по спонсорскому соглашению***

1. Ответственность за неисполнение обязательств по спонсорскому соглашению.
2. Нормы регламентов спортивных лиг и федераций о спонсорстве.
3. Спортивная ответственность за нарушение регламентных норм о рекламе и спонсорстве.

Тема № 9.***Трудовые отношения в спонсорских правоотношениях***

1. Роль спортсменов в распространении спортивной рекламы.
2. Обязанности работодателя и работника-спортсмена в сфере спортивной рекламы и спонсорства.
3. Корпоративные соглашения в сфере спортивной рекламы.

Тема № 10.***Разрешение споров в области спортивной рекламы и спонсорства***

1. Преддоговорные споры в сфере рекламы.
2. Процедуры досудебного урегулирования споров в сфере рекламы и спонсорства.
3. Разрешение споров, вытекающих из договоров рекламы в судах.

Тема № 11.***Государственный контроль в области рекламы***

1. Государственные органы, осуществляющие контроль в области рекламы.
2. Полномочия государственных органов в области рекламы.
3. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в Российской Федерации.

III. Оценивание

3.1 Элементы контроля

элемент контроля	период проведения	основание для пересдачи
Блокирующие		
отсутствуют	-	-
Не блокирующие, подлежащие пересдаче		
тест	учебный период	Уважительная причина
домашнее задание (в виде решения практического кейса)	учебный период	Уважительная причина
устный опрос	сессия	Уважительная причина
Не подлежат пересдаче		
активность на семинарах	учебный период	-

3.2 Формула расчета оценки по промежуточной аттестации

$$O = 0,1 * O_{\text{дом. задание}} + 0,1 * O_{\text{тест}} + 0,1 * O_{\text{активность}} + 0,7 * O_{\text{устный опрос}}$$

Способ округления оценки по промежуточной аттестации: арифметический.

В диплом выставляется оценка по промежуточной аттестации.

3.2. Критерии оценивания результатов текущего контроля

3.2.1. Критерии оценивания теста

Количество баллов	Критерии оценки
10 баллов	на 100% вопросов даны правильные ответы
9 баллов	правильные ответы даны на количество вопросов теста от 96% до 99% (96% =< правильные ответы < 100%)
8 баллов	правильные ответы даны на количество вопросов теста от 90% до 95% (90% =< правильные ответы < 96%)
7 баллов	правильные ответы даны на количество вопросов теста от 86% до 89% (86% =< правильные ответы < 90%)
6 баллов	правильные ответы даны на количество вопросов теста от 80% до 85% (80% =< правильные ответы < 86%)
5 баллов	правильные ответы даны на количество вопросов теста от 70% до 79% (70%=<правильные ответы < 80%)
4 балла	правильные ответы даны на количество вопросов теста от 60% до 69% (60%=<правильные ответы <70%)
3 балла	правильные ответы даны на количество вопросов теста от 50% до 59% (50%=<правильные ответы < 60%)
2 балла	правильные ответы даны на количество вопросов теста от 25% до 49% (25%=< правильные ответы <50%)
1 балл	правильные ответы даны на количество вопросов теста до 25% вопросов теста (1%=< правильные ответы <25%)
0 баллов	1) при списывании; 2) студент написал, но не сдал контрольную работу

3.2.2. Критерий оценивания домашнего задания (подготовка практического кейса-задания)

Критерии оценивания выполненного задания	Баллы
Создание (разработка), оформление кадровой документации (проектов кадрово-распорядительной документации) отвечает всем установленным требованиям и стандартам в сфере кадрового делопроизводства. Представленный перечень кадровой документации является исчерпывающим.	8-10 (отлично)
Создание (разработка), оформление кадровой документации (проектов кадрово-распорядительной документации) отвечает установленным требованиям и стандартам в сфере кадрового делопроизводства. Представленный перечень кадровой документации не является исчерпывающим. В тексте одного или нескольких документов выявлены отдельные недочёты.	6-7 (хорошо)
Создание (разработка), оформление кадровой документации (проектов кадрово-распорядительной документации) не вполне отвечает установленным требованиям и стандартам в сфере кадрового делопроизводства. Представленный перечень кадровой документации не является исчерпывающим. Текст одного или нескольких документов требует существенной доработки.	4-5 (удовлетворительно)
Создание (разработка), оформление кадровой документации (проектов кадрово-распорядительной документации) не соответствует установленным требованиям и стандартам в сфере кадрового делопроизводства. Представленный перечень кадровой документации не является исчерпывающим. В тексте документа присутствуют грубые стилистические и иные ошибки.	1-3 (неудовлетворительно)

3.2.3. Критерии оценивания активности на семинарах

Содержание ответа	Оценка по 10-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
Слабое участие в дискуссии, или в дискуссии не участвует вообще Посещаемость менее 30%	1 – неудовлетворительно	Неудовлетворительно – 2
Студент не в состоянии раскрыть содержание основных общетеоретических терминов дисциплины. Слабое участие в дискуссии. Посещаемость менее 40%	2 – очень плохо	
Отдельные фрагментарные правильные мысли в знаниях имеются существенные пробелы. Слабое участие в дискуссии. Посещаемость менее 40%	3 – плохо	
Ответы на задаваемые вопросы в целом		

<p>правильные, однако неполные. Логика ответов недостаточно хорошо выстроена. Базовая терминология дисциплины в целом усвоена.</p> <p>Студент принимал участие в дискуссии.</p> <p>Посещаемость от 40%</p>	<p>4 – удовлетворительно</p>	<p>Удовлетворительно – 3</p>
<p>Ответы на задаваемые вопросы в целом правильные, ряд серьезных дефектов в логике и содержании ответов. Студент принимал участие в дискуссии, но не всегда были даны правильные комментарии. Базовая терминология дисциплины усвоена хорошо.</p> <p>Посещаемость от 40%</p>	<p>5 – весьма удовлетворительно</p>	
<p>Ответы на задаваемые вопросы раскрыты достаточно полно и правильно. Была удачная попытка дополнять и уточнять ответы других в дискуссии. По знанию базовой терминологии дисциплины замечаний нет.</p> <p>Посещаемость более 60 %</p>	<p>6 – хорошо</p>	
<p>Вопросы раскрыты полно и правильно. Активное участие в дискуссии. Безупречное знание базовой терминологии дисциплины. Однако отдельные дефекты логики и содержания ответов все же не позволяют оценить его на «отлично».</p> <p>Посещаемость более 70 %</p>	<p>7 – очень хорошо</p>	<p>Хорошо – 4</p>
<p>Вопросы раскрываются достаточно полно и правильно. Активное участие в дискуссии. Уверенное знание базовой терминологии дисциплины, умение выстроить дискуссию на предложенную тему.</p> <p>Посещаемость более 80 %</p>	<p>8 – почти отлично</p>	<p>Отлично – 5</p>
<p>На все вопросы даны правильные и точные ответы. Показано знакомство с проблемами дисциплины. Активное участие в дискуссии. Сделан ряд правильных дополнений и уточнений к</p>	<p>9 – отлично</p>	

ответам других участников дискуссии. Уверенное знание базовой терминологии дисциплины, умение раскрыть и прокомментировать содержание понятий. Посещаемость более 80 %		
Ответ отличает уверенное знание базовой терминологии дисциплины. Активное участие в дискуссии. Многократные точные дополнения других ответов. Сформирована собственная точка зрения на проблематику дискуссии. Посещаемость более 80 %	10	– блестяще

3.2.4. Критерии оценивания устного опроса

<i>Содержание ответа</i>	<i>Оценка по 10-балльной шкале</i>	<i>Оценка по 5-балльной шкале</i>
Знания по предмету полностью отсутствуют.	1 – неудовлетворительно	
Экзаменуемый не знает до конца ни одного вопроса, путается в основных базовых понятиях дисциплины, не в состоянии раскрыть содержание основных общетеоретических терминов дисциплины.	2 – очень плохо	
Отдельные фрагментарные правильные мысли все же не позволяют поставить положительную оценку, поскольку в знаниях имеются существенные пробелы и курс в целом не усвоен.	3 – плохо	Неудовлетворительно – 2
Ответы на вопросы даны в целом правильно, однако неполно. Логика ответов недостаточно хорошо выстроена. Пропущен ряд важных деталей или, напротив, в ответе затрагивались посторонние вопросы. Слабое участие в дискуссии по ответам других экзаменуемых. Базовая терминология дисциплины в целом усвоена.	4 – удовлетворительно	
Ответы на вопросы даны в целом правильно, однако ряд серьезных дефектов логики и содержания ответов не позволяет поставить хорошую оценку. Была попытка участвовать в дискуссии	5 – весьма удовлетворительно	Удовлетворительно – 3

по ответам других экзаменуемых. Базовая терминология дисциплины усвоена хорошо.		
Вопросы раскрыты достаточно полно и правильно. Была удачная попытка дополнять и уточнять ответы других экзаменуемых. По знанию базовой терминологии дисциплины замечаний нет.	6 – хорошо	Хорошо – 4
Вопросы раскрыты полно и правильно. Активное участие в дискуссии по другим ответам. Безупречное знание базовой терминологии дисциплины. Однако отдельные дефекты логики и содержания ответов все же не позволяют оценить его на «отлично».	7 – очень хорошо	
Вопросы раскрыты достаточно полно и правильно. Активное участие в дискуссии по ответам других экзаменуемых. Безупречное знание базовой терминологии дисциплины, умение раскрыть содержание понятий.	8 – почти отлично	Отлично – 5
На все вопросы даны правильные и точные ответы. Показано знакомство с проблемами дисциплины. Сделан ряд правильных дополнений и уточнений к ответам других экзаменуемых. Безупречное знание базовой терминологии дисциплины, умение раскрыть и прокомментировать содержание понятий.	9 – отлично	
Ответ отличается четкая логика и знание материала далеко за рамками обязательного курса. Точное понимание рамок каждого вопроса. Даны ссылки на первоисточники – научную и учебную литературу. Обоснована собственная позиция по отдельным проблемам дисциплины. Сделаны правильные дополнения и уточнения к ответам других экзаменуемых. Ответ отличается безупречное знание базовой терминологии дисциплины, умение «развернуть» понятие в полноценный ответ по теме.	10 – блестяще	

4. Передача

4.1 Условия первой передачи по элементам контроля

Первая передача по элементам контроля проводится по КИМаМ и технологиям, аналогичным применяемым при первом проведении передаваемого элемента контроля.

4.2 Условия второй передачи по элементам контроля

Вторая передача по элементам контроля проводится по КИМаМ и технологиям, аналогичным применяемым при первом проведении передаваемого элемента контроля.

IV. Примеры оценочных средств

4.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости студентов

4.1.1. Оценочные средства для теста (верные ответы выделены жирным шрифтом)

Тест № 1

Нормы правового регулирования рекламы и спонсорства в спорте содержатся:

- А) в Федеральном законе «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г;
- Б) в налоговом кодексе;**
- В) в Гражданском кодексе Российской Федерации;

Тест № 2

Спонсорство в спорте определяется нормами:

- А) Федеральным законом «О спонсорстве»;**
- Б) Федеральном законе «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г;
- В) Нормами регламентов спортивных лиг и федераций.

Тест № 3

Гражданско-правовой договор в сфере рекламы по своей правовой природе относится к договорам:

- А) подряда;
- Б) цессии;
- В) возмездного оказания услуг;
- Д) всё перечисленное.**

4.1.2. Оценочные средства для теста (неправильные ответы выделены жирным шрифтом)

Тест № 1

Заключение рекламного договора между спортивной организацией и рекламодателем-предприятием осуществляется:

- а) на основании устных договоренностей между руководителями;**
- б) путем подписания единого письменного документа;
- в) путем обмена копиями договора посредством средств электронной связи;

Тест № 2

Изменение условий договора о спортивной рекламе:

- а) возможно с согласия сторон договора;
- б) возможно в судебном порядке;
- в) возможно Рекламодателем в одностороннем порядке;**

4.1.3. Оценочные средства для домашнего задания (в виде решения практического кейса)

Образец типового практического кейса для домашнего задания

Практическое задание: составить (без оформления реквизитов) примерный текст акта выполненных работ (оказанных услуг) по договору рекламы.

Образец выполнения задания

(примерное содержание акта без оформления реквизитов):

АКТ	
Оказанных услуг по договору рекламы № 2 от 01.01.2019 г	
Г. Железноводск	30.04.2019 г
<p>ПАО «Банк Развития», далее «Рекламодаделец», в лице президента банка Феоктистова А.А., действующего на основании устава (ред. от 14.03.2018 г), и АНО Хоккейный клуб «Вымпел», далее «Исполнитель», в лице директора Иванова И.А., действующего на основании устава (ред. 04.04.2017 г), составили настоящий акт о следующем:</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. По договору рекламы № 2 от 01.01.2019 Исполнителем оказаны рекламные услуги Рекламодателю в полном объеме. 2. Реклама размещена на следующих рекламоносителях: <ol style="list-style-type: none"> 2.1. форма хоккеистов – логотип банка ПАО «Банк развития»; 2.2. хоккейный борт ледовой площадки – логотип банка и перечень банковских услуг; 2.3. лед хоккейной площадки – логотип банка (зона «А»); 2.4. программки хоккейных матчей - логотип банка и перечень банковских услуг (титульная страница; 3. Общая сумма услуг – 350.000.000 (Триста пятьдесят миллионов) рублей (в т.ч. НДС). 4. Взаимные обязательства сторонами исполнены. 5. Взаимных претензий нет. 6. Настоящий акт составлен в двух равнозначных экземплярах. 	
ПОДПИСИ УПОЛНОМОЧЕННЫХ ЛИЦ:	
Рекламодаделец	Исполнитель

Пояснения к заданию относительно составления акта:

- 1) Текст акта должен состоять из двух частей: вводной и констатирующей, отделяемых друг от друга словосочетанием «составили настоящий акт о следующем». В констатирующей части даётся перечисление выполненных по договору обязанностей в части размещения рекламы (вид рекламы и места ее размещения).
- 2) Обязательно указание на финансовую часть отношений. Необходимо отметить, на какую сумму оказаны услуги. При указании суммы также необходимо выделить налог на добавленную стоимость (НДС).
- 3) Последний пункт акта должен содержать указание относительно оставшихся взаимных претензий сторон договора либо их отсутствия.
- 4) В обязательном порядке акт подписывается уполномоченными в договоре лицами. Пункты и подпункты в содержании акта нумеруются арабскими цифрами.

4.2. Оценочные средства (вопросы) для устного опроса.

1. Общая характеристика законодательства, регулирующего осуществление рекламной деятельности спортивных организаций.

2. Общая характеристика гражданского законодательства, содержащего нормы о порядке составления изменения и расторжения договоров, а также нормы, регулирующие вопросы регистрации и защиты прав на товарный знак.
3. Нормы арбитражно-процессуального кодекса о порядке искового производства.
4. Система нормативно-методических актов, необходимые в работе спортивной организации в области рекламы и спонсорства.
5. Регламенты спортивных соревнований спортивных лиг и федераций, содержащие нормы о рекламе и спонсорстве.
6. Нормы налогового законодательства, регулирующего деятельность в области рекламы.
7. Нормы кодекса об административных правонарушениях в части установления ответственности за нарушение законодательства о рекламе.
8. Порядок обжалования решений антимонопольной службы.
9. Договор на оказание рекламных услуг в сфере спорта (структура, содержание, правила составления и заключения).
10. Спонсорское соглашение в сфере спорта (структура, содержание и порядок заключения).
11. Акт оказанных услуг по договору о спортивной рекламе и спонсорстве (его содержание и порядок подписания).
12. Трудовой договор со спортсменом, содержащий условие об обязанности в области рекламы.
13. Должностная инструкция работника отдела рекламы: особенности составления и внесения изменений.
14. Критерии классификации актов спортивных лиг и федераций.
15. Определение этапов и сроков разработки проектов договоров о спортивной рекламе.
16. Требования к оформлению гражданско-правового договора в области рекламы в спорте.
17. Способы изменения договора на оказание рекламных услуг в области спорта.
18. Предъявление претензий в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения договора о рекламе и спонсорского соглашения в спорте.
19. Протоколы разногласий в договорной практике о спортивной рекламе.
20. Соглашения об изменении и расторжении договоров о спортивной рекламе и спонсорстве.
21. Защита прав спортивной организации в судебных делах о рекламе.
22. Процедуры, предшествующие заключению договора о спортивной рекламе.
23. Основные нарушения, процедуры заключения договора о рекламе. Процедурные особенности заключения трудового договора со спортсменом.
24. Подготовка искового заявления в суд в случае неисполнения договора о рекламе.
25. Предъявление иска о взыскании суммы по договору спортивной рекламы.
26. Постановления федеральной антимонопольной службы о привлечении спортивной организации к административной ответственности за нарушение законодательства в области рекламы. Порядок обжалования постановлений ФАС.
27. Налоговые споры в области спортивной рекламы. Полномочия налоговых органов.
28. Обжалование актов налоговых органов в области спортивной рекламы и спонсорства.
29. Определение цены договора на оказание спортивных услуг.
30. Рекламный отчет спортивной организации.

V. Ресурсы

5.1. Рекомендуемая основная литература

№ п/п	Наименование
1.	Буянова М. О. Теория спортивного права. Монография. Юрайт, 2018. // Режим доступа: https://proxylibrary.hse.ru:2059/viewer/teoriya-sportivnogo-prava-442410#page/
2.	Буянова М. О. Теория спортивного права. Монография. Юрайт, 2018. // Режим доступа: https://proxylibrary.hse.ru:2059/viewer/teoriya-sportivnogo-prava-442410#page/
3.	Алексеев С.В., Бариев М.М., Ваннер В.П. Дополнительные меры социальной поддержки спортсменов, предоставляемые работодателем ("Трудовое право в России и за рубежом", 2018, N 2) // Режим доступа: http://www.consultant.ru/
4.	Юрлов С.А. Определенность нормативного регулирования спорта как предпосылка установления четких пределов автономии спортивных организаций и эффективной защиты прав спортсменов ("Lexrussica", 2018, N 10) // Режим доступа: http://www.consultant.ru/

5.2. Рекомендуемая дополнительная литература

№ п/п	Наименование
1.	Ищенко С.А. Размышления о перспективах правового регулирования в российском и международном спортивном движении ("Административное право и процесс", 2017, N 2) // Режим доступа: http://www.consultant.ru/
2.	Овчинникова Н.А., Каткова В.В. Особенности правового статуса профессиональных спортивных лиг ("Актуальные проблемы российского права", 2018, N 6) // Режим доступа: http://www.consultant.ru/
3.	Алексеев С.В. Футбольное право как система "Спорт: экономика, право, управление", 2015, N 4) // Режим доступа: http://www.consultant.ru/

5.3. Программное обеспечение

№№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Microsoft Windows 7 Professional RUS Microsoft Windows 10 Microsoft Windows 8.1 Professional RUS Microsoft Windows XP	Из внутренней сети университета (договор)
2.	Microsoft Office Professional Plus 2010	Из внутренней сети университета (договор)

5.4. Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№№ п/п	Наименование	Условия доступа
<i>Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы</i>		

1.	Консультант Плюс	Из внутренней сети университета (договор)
2.	Электронно-библиотечная система Юрайт	URL: https://biblio-online.ru/
3.	Электронно-библиотечная система Знаниум.ком	URL: http://znanium.com/
<i>Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)</i>		
1.	Открытое образование	URL: https://openedu.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

- ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы) и доступом к электронной информационно-образовательной среде НИУ ВШЭ
- мультимедийный проектор с дистанционным управлением.

VI. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

6.1. для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

6.2. для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

6.3. для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.