

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Глазовский инженерно-экономический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Ижевский государственный технический университет имени М.Т.Калашникова»
(ГИЭИ (филиал) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова»)



**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ОП.07 Правовое обеспечение рекламной деятельности
42.02.01 Реклама**

Фонды оценочных средств разработаны на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 "Реклама"**, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации 21 июля 2023г. № 552 и рабочей программы дисциплины.

Организация разработчик: ГИЭИ (филиал) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова»

Разработчик: Киселев Федор Алексеевич, преподаватель СПО

Утверждено: кафедрой «Экономика и менеджмент»
Протокол № 6 от 10 сентября 2025 г.

Заведующий кафедрой _____ И.В. Пронина

Председатель учебно-методической комиссии Глазовского инженерно-экономического института (филиала) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т.Калашникова»

_____ А.Г. Горбушин
11 сентября 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. Паспорт фонда оценочных средств	4
2. Зачетно-экзаменационные материалы	5
3. Контрольно-измерительные материалы	6

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Юридические лица. Уставный капитал	ОК 03 ОК 09	Устный опрос, презентация, выполнение практических занятий. Тестирование. Контр. Раб.
2	Предприниматели без образования юридических лиц.	ОК 03 ОК 09	Устный опрос, презентация, выполнение практических занятий. Тестирование. Контр. Раб.
3	Источники права, регулирующие предпринимательскую деятельность в РФ.	ОК 03 ОК 09	Устный опрос, презентация, выполнение практических занятий. Тестирование. Контр. Раб.
4	Антимонопольное законодательство в РФ. Федеральная антимонопольная служба РФ.	ОК 03 ОК 09	Устный опрос, презентация, выполнение практических занятий. Тестирование. Контр. Раб.
5	Гражданско-правовой договор. Акцепт и оферта. Виды гражданско-правовых договоров, порядок их заключения	ОК 03 ОК 09	Устный опрос, презентация, выполнение практических занятий. Тестирование. Контр. Раб.
6	Трудовой договор (контракт). Заключение трудового договора. Права и обязанности работника и работодателя. Прекращение трудового договора	ОК 03 ОК 09	Устный опрос, презентация, выполнение практических занятий. Тестирование. Контр. Раб.

Компетенции, формируемые в процессе освоения учебной дисциплины:

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Уметь:	Знать:
ОК 03 ОК 09	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов.	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений правовых норм оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; структуры и содержания договора поставки, спецификации и сопроводительного письма нормативных правовых актов, регламентирующих рекламную деятельность

2. ЗАЧЕТНО-ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Вопросы к контрольной работе

1. Юридические лица. Уставный капитал.
2. Предприниматели без образования юридических лиц.
3. Источники права, регулирующие предпринимательскую деятельность в РФ.
4. Антимонопольное законодательство в РФ.
5. Федеральная антимонопольная служба РФ.
6. Гражданско-правовой договор.
7. Акцепт и оферта.
8. Виды гражданско-правовых договоров, порядок их заключения
9. Трудовой договор (контракт).
10. Заключение трудового договора.
11. Права и обязанности работника и работодателя.
12. Прекращение трудового договора

Для сдачи контр. работы по дисциплине студенту предлагается письменно ответить на 2 вопроса из указанного выше перечня.

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если грамотно изложены ответы на вопросы. Учащийся ответил на вопросы подробно и глубоко.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если имеются незначительные погрешности в вышеперечисленных критериях оценки; студент ответил на вопросы подробно и глубоко.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если имеются значительные погрешности в вышеперечисленных критериях оценки; студент ответил на вопросы не полно. Студент ответил на только на один подробно и глубоко.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если имеются грубые погрешности в вышеперечисленных критериях оценки и не ответил на вопросы.

3. КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

1. Устный опрос

Перед выполнением практических работ проводится устный опрос по темам, которые даны обучающимся для самостоятельной работы позволяющий оценить знание теоретического материала.

Темы

1. Юридические лица. Уставный капитал.
2. Предприниматели без образования юридических лиц.
3. Источники права, регулирующие предпринимательскую деятельность в РФ.
4. Антимонопольное законодательство в РФ.
5. Федеральная антимонопольная служба РФ.
6. Гражданско-правовой договор.
7. Акцепт и оферта.
8. Виды гражданско-правовых договоров, порядок их заключения
9. Трудовой договор (контракт).
10. Заключение трудового договора.
11. Права и обязанности работника и работодателя.
12. Прекращение трудового договора

Критерии оценки:

- оценка **«зачтено»** - студент изложил теоретический материал подробно и глубоко;
- оценка **«незачтено»** - студент не подготовил сообщение по предложенному материалу.

2. Презентации

В рамках изучения дисциплины предусмотрена работа над презентациями по темам «Федеральный закон “О рекламе”» и «Права и обязанности работника и работодателя» с последующим ее обсуждением, позволяющая оценить творческую работу обучающихся.

Для проведения занятий в таком формате студенты самостоятельно изучают вопросы по теме, собирают материал, с использованием Интернет-ресурсов, рассматривают ситуации, подлежащие обсуждению.

Критерии оценки:

- оценка **«отлично»** выставляется, если студент выполнил работу в полном объеме, предоставил, грамотно оформленную, презентацию, принимал активное участие в обсуждении по теме и давал правильные ответы на поставленные вопросы;
- оценка **«хорошо»** выставляется, если студент выполнил работу не в полном объеме, не раскрыл в презентации всю тему, но активно принимал участие в обсуждении;

- оценка «**удовлетворительно**» выставляется, если студент выполнил работу не в полном объеме, в презентации допустил неточности или не раскрыл, поставленную задачу и не принимал участия в обсуждении;
- оценка «**неудовлетворительно**» выставляется, если обучающийся не выполнил работу, не принимал участия в обсуждении.

3. Практические задания

Примеры заданий:

1. Посмотрите на рекламу. Есть ли здесь нарушения ФЗ «О рекламе»
2. Перед Вами текст договора на изготовление макета печатной рекламы /производство рекламного видеоролика/размещение наружной рекламы. Правильно ли он оформлен.
3. Ситуация: исключительные и личные неимущественные права автора видеоролика/актера (композитора, сценариста) в рекламном клипе/композитора, фотографа (модели, автора слогана) в печатной рекламе. Есть ли нарушения прав, каким образом оформляется передача исключительных прав в этом случае
4. Может ли быть зарегистрирован следующий товарный знак N. На каких условиях. Как этот знак может использоваться другими лицами (на каких основаниях, как это должно оформляться), в случае его регистрации
5. Ситуация: Нарушение порядка изготовления или распространения продукции средства массовой информации. Есть ли нарушения закона РФ о СМИ. Какая ответственность предусмотрена за эти нарушения.

4. Тест

1. Субъектами рекламной и PR-деятельности в Российской Федерации могут быть:
А) граждане России
Б) иностранные граждане
В) Российская Федерация
Г) все перечисленные
2. Лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму – это:
А) рекламодатель
Б) рекламораспространитель
В) рекламопроизводитель
Г) потребитель рекламы
3. Каков допустимый объем рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера (в процентах от общего объема номера)?
А) 20%
Б) 30%
В) 40%
Г) 50%
4. Защищаемые государством сведения в области его военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности Российской Федерации, это:
А) государственная тайна
Б) конфиденциальная информация

- В) служебная информация
- Г) коммерческая информация

5. Какая часть штрафа за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе зачисляется в федеральный бюджет?

- А) 20%
- Б) 40%
- В) 60%
- Г) 80%

6. В соответствии с Законом РФ «Об авторском праве и смежных правах» автором рекламного слогана может быть:

- А) только физическое лицо
- Б) только юридическое лицо
- В) физическое и юридическое лицо
- Г) только рекламное агентство

7. В какой срок подлежит исполнению предписание антимонопольного органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе?

- А) в течение недели
- Б) в течение месяца
- В) в течение года
- Г) в срок, указанный в предписании

8. В течение какого срока законом охраняется неиспользуемый товарный знак:

- А) 1 год
- Б) 2 года
- В) 3 года
- Г) 4 года

9. Объективная оценка личности, определяющая отношение общества к гражданину, социальная оценка ее моральных и иных качеств, это:

- А) честь
- Б) достоинство
- В) деловая репутация
- Г) самооценка

10. Реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения – это:

- А) ненадлежащая реклама
- Б) неэтичная реклама
- В) недобросовестная реклама
- Г) недостоверная реклама