

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 12.08.2018 08:53:20

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf936cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2d9e7c78

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»



УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор –
проректор по учебной работе
Н.Г. Кузнецов
«01» июня 2018г.

Рабочая программа дисциплины
**Интеллектуальная собственность и
авторские права рекламистов**

по профессионально-образовательной программе направление 38.03.06
"Торговое дело" профиль 38.03.06.03 "Рекламная деятельность"

Квалификация

Бакалавр

Ростов-на-Дону
2018 г.

КАФЕДРА **Маркетинг и реклама****Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	5		Итого	
	уп	рпд		
Лекции	10	10	10	10
Практические	10	10	10	10
В том числе инт.	6	6	6	6
Итого ауд.	20	20	20	20
Контактная	20	20	20	20
Сам. работа	115	115	115	115
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

ОСНОВАНИЕ

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 "Торговое дело"(уровень бакалавриата)(приказ Минобрнауки России от 12.11.2015г.№1334)

Рабочая программа составлена

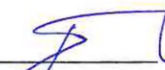
по профессионально-образовательной программе направление 38.03.06 "Торговое дело" профиль 38.03.06.03 "Рекламная деятельность"

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 27.03.2018 протокол № 10.

Программу составил(и): д.э.н., профессор, Осовцев В.А.

 15.05.18


Зав. кафедрой д.э.н., профессор Бондаренко В.А.

 15.05.18

Методическим советом направления д.э.н., профессор, Костоглодов Д.Д.

 28.05.18

Отделом образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В.

 30.05.18

Проректором по учебно-методической работе Джуха В.М.

 31.05.18

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном
году**

Отдел образовательных программ и планирования
учебного процесса Торопова Т.В. _____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2019-2020 учебном году на заседании
кафедры **Маркетинг и реклама**

Зав. кафедрой д.э.н., профессор Бондаренко В.А. _____

Программу составил(и) д.э.н., профессор, *Осовцев В.А.* _____

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном
году**

Отдел образовательных программ и планирования
учебного процесса Торопова Т.В. _____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2020-2021 учебном году на заседании
кафедры **Маркетинг и реклама**

Зав. кафедрой д.э.н., профессор Бондаренко В.А. _____

Программу составил(и): *д.э.н., профессор, Осовцев В.А.* _____

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном
году**

Отдел образовательных программ и планирования
учебного процесса Торопова Т.В. _____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании
кафедры **Маркетинг и реклама**

Зав. кафедрой д.э.н., профессор Бондаренко В.А. _____

Программу составил(и): *д.э.н., профессор, Осовцев В.А.* _____

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном
году**

Отдел образовательных программ и планирования
учебного процесса Торопова Т.В. _____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании
кафедры **Маркетинг и реклама**

Зав. кафедрой д.э.н., профессор Бондаренко В.А. _____

Программу составил(и): *д.э.н., профессор, Осовцев В.А.* _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины: формирование у студентов целостной системы знаний в рамках существующей правовой базы, регламентирующей правоотношения субъектов данной области права на разных стадиях формирования и использования авторских продуктов.
1.2	Задачи: дать студентам знания по методическим основам интеллектуальной собственности; изучить сущностное наполнение авторских прав, ответственность за их нарушение; ознакомить с общей характеристикой авторских договоров и их видов в современной деловой практике; привить практические навыки для дальнейшего изучения патентного права и иных аспектов интеллектуальной собственности; совершенствование навыков творческой работы с научной и специальной литературой; ознакомить с местом и ролью правового регулирования конкурентной среды и правовым обеспечением товарной политики.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.07
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Необходимыми условиями для успешного освоения дисциплины являются навыки, знания и умения, полученные в результате изучения дисциплин: Паблик рилейшнз (связи с общественностью)
2.1.2	Политическая реклама
2.1.3	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
2.1.4	Теория и генезис рекламы
2.1.5	Инновационная реклама
2.1.6	Информационные технологии в профессиональной деятельности
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Защита интеллектуальной собственности
2.2.2	Инструментальные средства рекламных исследований
2.2.3	Маркетинговые исследования в рекламе
2.2.4	Реклама в сфере услуг
2.2.5	Системный дизайн
2.2.6	Технологии продажи рекламы
2.2.7	Организация и планирование рекламной деятельности

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-3: умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	
Знать:	
на начальном уровне знать нормативные документы по направлению своей профессиональной деятельности, знать основы действующего законодательства и требования нормативных документов	
Уметь:	
на начальном уровне уметь пользоваться нормативными документами по направлению своей профессиональной деятельности	
Владеть:	
на начальном уровне владеть навыками использования нормативных документов по направлению своей профессиональной деятельности	
ОПК-4: способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	
Знать:	
на начальном уровне освоить основы сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью	
Уметь:	
уметь применять на начальном уровне методы сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью	
Владеть:	

на начальном уровне владеть способностью пользования методами сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью; владеть навыками, как применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации посредством компьютерных технологий
ПК-1: способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
Знать:
основы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг на начальном уровне
Уметь:
управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение на достаточном уровне
Владеть:
способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству на достаточном уровне
ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
Знать:
на начальном уровне знать основы выбора деловых партнеров, презентации компании и проведения переговоров с деловыми партнерами
Уметь:
на начальном уровне уметь выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры и контролировать их выполнение
Владеть:
на начальном уровне владеть способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры и контролировать их выполнение

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Интер акт.	Примечание
	Раздел 1. Методические основы интеллектуальной собственности и сущностное наполнение авторских прав						
1.1	Тема 1.1 Общие вопросы интеллектуальной собственности. Правовая природа и понятие интеллектуальной собственности. Понятие и общие признаки объектов интеллектуальной собственности. Классификация объектов ИС. Права на объекты интеллектуальной собственности и способы возникновения этих прав. /Лек/	5	2	ОПК-3 ОПК-4 ПК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	0	
1.2	Тема 1.1 «Общие вопросы интеллектуальной собственности». Практическая значимость следующих вопросов: Правовая природа и понятие интеллектуальной собственности. Понятие и общие признаки объектов интеллектуальной собственности. Классификация объектов ИС. Права на объекты интеллектуальной собственности и способы возникновения этих прав /Пр/	5	4	ОПК-3 ОПК-4 ПК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	2	

1.3	Тема 1.1 «Общие вопросы интеллектуальной собственности». Рассмотреть и проанализировать: Правовая природа и понятие интеллектуальной собственности. Понятие и общие признаки объектов интеллектуальной собственности. Классификация объектов ИС. Права на объекты интеллектуальной собственности и способы возникновения этих прав. /Ср/	5	28	ОПК-3 ОПК-4 ПК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	0	
	Раздел 2. Патентное право и иные аспекты интеллектуальной собственности						
2.1	Тема 2.1 «Патентное право» Понятие патентного права. Основные принципы. Условия патентования изобретения, полезной модели, промышленного образца. Субъекты патентного права. Порядок патентования. Срок действия патентной охраны. Права патентообладателя. Ответственность за нарушение патентных прав. /Лек/	5	2	ОПК-3 ОПК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	0	
2.2	Тема 2.1 «Патентное право». Самостоятельно проанализировать и рассмотреть: Понятие патентного права. Основные принципы. Условия патентования изобретения, полезной модели, промышленного образца. Субъекты патентного права. Порядок патентования. Срок действия патентной охраны. Права патентообладателя. Ответственность за нарушение патентных прав /Ср/	5	27	ОПК-3 ОПК-4 ПК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	0	
2.3	Тема 2.2 «Иные объекты интеллектуальной собственности» Маркетинг промышленных товаров. Маркетинг потребительских товаров. Маркетинг услуг. Маркетинг в социальной сфере. Некоммерческий маркетинг. Международный маркетинг /Лек/	5	2	ОПК-3 ОПК-4 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	2	
2.4	Тема 2.2 «Иные объекты интеллектуальной собственности». Выделить практическую значимость следующих вопросов: Маркетинг промышленных товаров. Маркетинг потребительских товаров. Маркетинг услуг. Маркетинг в социальной сфере. Некоммерческий маркетинг. Международный маркетинг /Пр/	5	2	ОПК-3 ОПК-4 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	2	
2.5	Тема 2.2 «Иные объекты интеллектуальной собственности». Самостоятельно проанализировать: Маркетинг промышленных товаров. Маркетинг потребительских товаров. Маркетинг услуг. Маркетинг в социальной сфере. Некоммерческий маркетинг следующие вопросы: Международный маркетинг /Ср/	5	20	ОПК-3 ОПК-4 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	0	

2.6	Тема 2.3 «Международные аспекты коммерческого использования интеллектуальной собственности» Маркетинг в современном обществе России. Воздействие общества на развитие маркетинга. Государственное регулирование маркетинговой деятельности в России. Влияние предпринимателей на формирование современного маркетинга. Гражданские движения и маркетинг. /Лек/	5	2	ОПК-3 ОПК-4 ПК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	0	
2.7	Тема 2.3 «Международные аспекты коммерческого использования интеллектуальной собственности». Дать практическое обоснование значимости темы; Влияние предпринимателей на формирование современного маркетинга /Пр/	5	2	ОПК-3 ОПК-4 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	0	
2.8	Тема 2.3 «Международные аспекты коммерческого использования интеллектуальной собственности». Самостоятельно рассмотреть и проанализировать следующие вопросы: Маркетинг в современном обществе России. Воздействие общества на развитие маркетинга. Государственное регулирование маркетинговой деятельности в России. Влияние предпринимателей на формирование современного маркетинга. Гражданские движения и маркетинг. /Ср/	5	20	ОПК-3 ОПК-4 ПК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	0	
2.9	Тема 2.4 «Правовое регулирование конкурентной среды» Конкуренция как фактор внешней среды маркетинга. Понятие антимонопольного законодательства. Специфика российского антимонопольного законодательства. Цели Закона РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и сфера его применения. Субъекты антимонопольного законодательства. /Лек/	5	2	ОПК-3 ОПК-4 ПК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	0	
2.10	Тема 2.4 «Правовое регулирование конкурентной среды». Обосновать практическую значимость Понятие антимонопольного законодательства. Специфика российского антимонопольного законодательства. Цели Закона РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и сфера его применения. /Пр/	5	2	ОПК-3 ОПК-4 ПК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	0	

2.11	Тема 2.4 «Правовое регулирование конкурентной среды». Раскрыть сущность следующих вопросов: Конкуренция как фактор внешней среды маркетинга. Понятие антимонопольного законодательства. Специфика российского антимонопольного законодательства. Цели Закона РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и сфера его применения. Субъекты антимонопольного законодательства. /Ср/	5	20	ОПК-3 ОПК-4 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	0	
2.12	/Экзамен/	5	9	ОПК-3 ОПК-4 ПК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Э1	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Перечень вопросов к экзамену:

1. Творческий труд и интеллектуальный продукт.
2. Владелец интеллектуальной собственности (ИС) и его права.
3. Ликвидность ИС. Правовое определение и обеспечение ИС.
4. Классификация ИС.
5. Правовые средства защиты от недобросовестной конкуренции.
6. Художественная собственность и ее защита авторскими правами.
7. Объекты авторских прав.
8. Сроки действия авторских прав и исключения из общепринятых правил.
9. Закон об авторском праве. «Принцип исчерпания авторских прав».
10. Понятие и признаки объектов авторского права.
11. Принципы классификации и виды объектов авторского права.
12. Административная и уголовная ответственность за нарушение авторских прав.
13. Физические и юридические лица – субъекты авторского права. Соавторство. Правопреемники.
14. Правовое регулирование и объекты смежных прав. Сроки действия смежных прав.
15. Понятие авторского договора. Основные позиции авторского договора.
16. Объект промышленной собственности.
17. Классификация объектов промышленной собственности.
18. Правовое значение средств индивидуализации предпринимателей и их продукции.
19. Фирменные наименования.
20. Товарные знаки.
21. Источники правового регулирования прав на фирменное название.
22. Требования к товарным знакам при их регистрации.
23. Понятие патентного права.
24. Источники правового регулирования патентного права.
25. Объекты патентного права.
26. Особый режим правовой охраны в отношении секретных изобретений.
27. Субъекты патентного права. Лица, получающие патент.
28. Правовой режим для служебных изобретений, полезных моделей и промышленных образцов.
29. Возникновение прав на изобретения, полезные модели и промышленные образцы.
30. Правила оформления заявки на изобретение. Формальная экспертиза заявки.
31. Права патентообладателей. Пределы осуществления патентных прав.
32. Прекращение исключительных прав на изобретение, полезную модель, промышленный образец. Способы защиты патентных прав.
33. Какая статья Конституции РФ определяет принцип законоохранности интеллектуальной собственности
34. Какая статья ГК РФ определяет права обладателя интеллектуальной собственности?
35. Расскажите существует ли в действующем законодательстве РФ перечень конкретных объектов правовой охраны, подпадающих под понятие, интеллектуальная собственность: если да, то какие, если нет, то почему
36. При соблюдении каких условий, использование результатов интеллектуальной собственности может осуществляться третьими лицами на законных основаниях
37. Какие из нижеперечисленных видов собственности относятся к сфере интеллектуальной собственности: промышленная собственность, авторские и смежные права, топологии интегральных микросхем, служебная и коммерческая тайна
38. Перечислите основные положения об авторских правах.
39. Авторский договор: общие положения, виды авторских договоров.

40. Основания изменения и прекращения авторского договора.
 41. Административная ответственность за нарушение авторских и смежных прав.
 42. Уголовно-правовая характеристика преступлений о нарушении права интеллектуальной собственности.
 43. Понятие и доказывание крупного ущерба при нарушении права интеллектуальной собственности.
 44. Экспертиза по определению контрафактной продукции.
 45. Особенности проведения экспертизы по установлению плагиата в авторском произведении.

5.2. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Синяева И. М.	Интегрированные маркетинговые коммуникации: учеб. для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по спец. "Маркетинг", "Реклам. дело", "Связи с общественностью"	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012	20
Л1.2	Дубровин И. А.	Маркетинговые коммуникации: учеб. для студентов вузов, обучающихся по напр. подгот. "Экономика"	М.: Дашков и К, 2014	25
Л1.3	Синяева И. М.	Интегрированные маркетинговые коммуникации: учеб. для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по спец. "Маркетинг", "Реклам. дело", "Связи с общественностью"	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014	20
Л1.4	Егоров В. П.	Рекламная деятельность на товарном рынке	Москва: Лаборатория книги, 2010	http://biblioclub.ru/ - неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Голубкова Е. Н.	Маркетинговые коммуникации	М.: Финпресс, 2000	16

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	4 главных трендов маркетинга в 2018 году. URL: https://tipler.ru/trends/14-glavnykh-trendov-marketinga-v-2018-godu
----	--

6.3. Перечень программного обеспечения

6.3.1	Microsoft Office
6.4 Перечень информационных справочных систем	
6.4.1	Консультант +

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)


7.1	Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Для проведения лекционных и практических занятий используется демонстрационное оборудование.
-----	---


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

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

Приложение 1
к рабочей программе

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Рассмотрено и одобрено
на заседании кафедры 

Протокол № 11 от «8» 06 2018 г.
Зав.кафедрой  Бондаренко В.А.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Интеллектуальная собственность и авторские права рекламистов

Направление подготовки

38.03.06 «Торговое дело»

Профиль

38.03.06.03 «Рекламная деятельность»

Уровень образования

бакалавриат

Составитель



Осовцев В.А., д.э.н., доцент

Ростов-на-Дону, 2018

Оглавление

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	3
2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	3
3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	8
4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	25

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования представлен в п. 3. «Требования к результатам освоения дисциплины» рабочей программы дисциплины.

2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ОПК-3 умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов			
знать нормативные документы в своей профессиональной деятельности	поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов	умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работ на начальном уровне	О
уметь пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности			СР
владеть опытом и навыками соблюдения действующего законодательства и требований нормативных документов			П
ОПК-4 способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией			
знать методы сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для	использование современных информационно-коммуникационных технологий и	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; обоснованность обращения к базам	СР

<p>организации и управления профессиональной деятельностью; знать, как применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации посредством компьютерных технологий</p>	<p>глобальных информационных ресурсов в полном объеме для изучения лекционного материала; составление отчета о проделанной работе с базами данных; владение опытом и навыками работы с базами данных в целях применения информации в профессиональной деятельности</p>	<p>данных; целенаправленность поиска и отбора; соответствие отчета требованиям дисциплины и компетенции</p>	
<p>уметь пользоваться методами сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью; знать, как применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации посредством компьютерных технологий</p>			
<p>владеть способностью пользования методами сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью; владеть навыками, как применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации посредством</p>			

компьютерных технологий			
ПК-1 способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству			
знать основы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг	<p>умение работать с информационными ресурсами;</p> <p>оперативность в составлении баз данных с использованием современных инструментов и технологий;</p> <p>использование результатов работы с базами данных в своей профессиональной деятельности; владение программными продуктами при составлении собственных баз данных по товарам и услугам</p>	<p>своевременность подготовки отчета по сбору, анализу и структурированию информации из различных баз данных;</p> <p>формирование согласованных списков информационных источников и дополнительной литературы для дополнения лекционного материала на достаточном уровне</p>	СР, Р, П
уметь управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение			
владеть способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству			
ПК-6 способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение			
знать основы проведения деловых переговоров, заключения	результаты поиска и сбора необходимой литературы, использование	умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение	О

договоров и контроля их выполнения	различных баз данных, современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов на начальном уровне	пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; целенаправленность поиска и отбора; соответствие отчета требованиям дисциплины и компетенции	СР
уметь выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение			
владеть способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение			Р, П

О – опрос, Р – реферат, п – презентация, СР – самостоятельная работа

2.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

Оценка работы студента проводится в 100-балльной шкале по каждому конкретному модулю. Оценки проставляются в ходе текущего контроля знаний в течение семестра, а также при промежуточном контроле.

Текущая аттестация – аттестация во время семестра, включающая аттестацию на лекциях, практических, самостоятельную работу и тестирование по результатам каждой контрольной точки по учебной дисциплине.

Промежуточная аттестация – аттестация в период сессии, которая для дисциплины «Интеллектуальная собственность и авторские права рекламистов» включает экзамен.

Максимальное количество баллов, которое студент может набрать за текущую аттестацию в семестре – 100 баллов.

Студент считается **аттестованным по дисциплине** (получает зачетную оценку), если его оценка за семестр **не менее 50 баллов** (суммарно по двум контрольным точкам).

Студенту **выставляется семестровая оценка в 100-балльной шкале**, характеризующей качество освоения студентом дисциплины. При определении баллов, набранных при промежуточной аттестации, используются следующие критерии:

- 84-100 баллов (оценка «отлично») – изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса

целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;

- 67-83 баллов (оценка «хорошо») – наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;

- 50-66 баллов (оценка удовлетворительно) – наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;

- 0-49 баллов (оценка неудовлетворительно) – ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы».

Текущий контроль (по видам работ)

Рабочей учебной программой дисциплины «Интеллектуальная собственность и авторские права рекламистов» для усвоения материала предусмотрено аудиторная работа бакалавра объемом 50 часа, в т.ч., лекционных занятий – 20 часов, практических занятий – 30 часов.

Текущая аттестация проводится по двум контрольным точкам (содержат темы, охватывающие логически завершённый материал), в каждой из которых выделены три вида работы: работа на лекционных занятиях, на практических занятиях, самостоятельная работа. Контрольная точка 1 предусматривает контроль общепрофессиональных компетенций, приобретенных по модулю 1: **«Методические основы интеллектуальной собственности и сущностное наполнение авторских прав»**. Контрольная точка 2 предусматривает контроль общепрофессиональных и профессиональных компетенций, приобретенных по модулю 2: **«Патентное право и иные аспекты интеллектуальной собственности»**.

Каждый вид текущего контроля успеваемости бакалавров оценивает их работу в баллах.

1. **Работа на лекционных занятиях** включает: *посещаемость лекционных занятий*: одно полное занятие – 0,5 балла (полное занятие – два академических часа).

2. **Работа на практических занятиях** включает:

1) *посещаемость практических занятий*: одно полное занятие – 0,5 балла (полное занятие - два академических часа);

2) *активное участие в практическом занятии*:

- *ответы на вопросы* (1 вопрос - 1 б);

- *аудиторная работа с программными продуктами* предусматривает разработку и последующую презентацию итогового индивидуального проекта по темам и оценивается 1 секция – 5 б;

- активность участия бакалавров в деловых играх оценивается от 0 до 5 б;

3) *презентация* включает выполнение бакалаврами практического задания непосредственно в аудитории одно задание (в зависимости от правильности, полноты и качественного наполнения задания) по контрольной точке №2 – от 0 до 25 баллов, по контрольной точке №3 – от 0 до 25 баллов.

3. **Самостоятельная работа** включает самостоятельное выполнение индивидуального, творческого задания по основным темам дисциплины (конкретная форма и сроки выполнения и защиты студентом самостоятельной работы определяются преподавателем в процессе изучения дисциплины): одно задание (в зависимости от правильности, полноты, своевременности и качественного наполнения задания) по контрольным точкам №1 и №2 – от 0 до 30 баллов соответственно.

Замечание. По каждой из двух контрольных точек бакалавр может набрать максимально 100 баллов; при текущей аттестации бакалавра учитывается 50% от набранных по каждой контрольной точке баллов, т.е. по каждой из трех контрольных точек бакалавр может набрать максимально 50 баллов, а суммарно по двум контрольным точкам – максимально 100 баллов.

Студент считается аттестованным по дисциплине (получает зачет), если его оценка за семестр не менее 50 баллов (суммарно по двум контрольным точкам)

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Маркетинга и рекламы

Вопросы для подготовки к экзамену

по дисциплине «**Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов**»

1. Творческий труд и интеллектуальный продукт.

2. Владелец интеллектуальной собственности (ИС) и его права.
 3. Ликвидность ИС. Правовое определение и обеспечение ИС.
 4. Классификация ИС.
 5. Правовые средства защиты от недобросовестной конкуренции.
 6. Художественная собственность и ее защита авторскими правами.
 7. Объекты авторских прав.
 8. Сроки действия авторских прав и исключения из общепринятых правил.
 9. Закон об авторском праве. «Принцип исчерпания авторских прав».
 10. Понятие и признаки объектов авторского права.
 11. Принципы классификации и виды объектов авторского права.
 12. Административная и уголовная ответственность за нарушение авторских прав.
 13. Физические и юридические лица – субъекты авторского права. Соавторство.
- Правопреемники.
14. Правовое регулирование и объекты смежных прав. Сроки действия смежных прав.
 15. Понятие авторского договора. Основные позиции авторского договора.
 16. Объект промышленной собственности.
 17. Классификация объектов промышленной собственности.
 18. Правовое значение средств индивидуализации предпринимателей и их продукции.
 19. Фирменные наименования.
 20. Товарные знаки.
 21. Источники правового регулирования прав на фирменное название.
 22. Требования к товарным знакам при их регистрации.
 23. Понятие патентного права.
 24. Источники правового регулирования патентного права.
 25. Объекты патентного права.
 26. Особый режим правовой охраны в отношении секретных изобретений.
 27. Субъекты патентного права. Лица, получающие патент.
 28. Правовой режим для служебных изобретений, полезных моделей и промышленных образцов.
 29. Возникновение прав на изобретения, полезные модели и промышленные образцы.
 30. Правила оформления заявки на изобретение. Формальная экспертиза заявки.
 31. Права патентообладателей. Пределы осуществления патентных прав.
 32. Прекращение исключительных прав на изобретение, полезную модель, промышленный образец. Способы защиты патентных прав.
 33. Какая статья Конституции РФ определяет принцип законоохранности интеллектуальной собственности
 34. Какая статья ГК РФ определяет права обладателя интеллектуальной собственности?
 35. Расскажите существует ли в действующем законодательстве РФ перечень конкретных объектов правовой охраны, подпадающих под понятие, интеллектуальная собственность: если да, то какие, если нет, то почему
 36. При соблюдении каких условий, использование результатов интеллектуальной собственности может осуществляться третьими лицами на законных основаниях
 37. Какие из нижеперечисленных видов собственности относятся к сфере интеллектуальной собственности: промышленная собственность, авторские и смежные права, топологии интегральных микросхем, служебная и коммерческая тайна
 38. Перечислите основные положения об авторских правах.
 39. Авторский договор: общие положения, виды авторских договоров.
 40. Основания изменения и прекращения авторского договора.
 41. Административная ответственность за нарушение авторских и смежных прав.
 42. Уголовно-правовая характеристика преступлений о нарушении права интеллектуальной собственности.

43. Понятие и доказывание крупного ущерба при нарушении права интеллектуальной собственности.
44. Экспертиза по определению контрафактной продукции.
45. Особенности проведения экспертизы по установлению плагиата в авторском произведении.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
(ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»)

Факультет Торгового дела
Кафедра Маркетинга и рекламы
Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль: 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле»

Б1.В.ДВ.07.01 Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов

8 семестр (очная форма обучения) 4 курс (заочная форма обучения)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. **Вопрос.** Расскажите существует ли в действующем законодательстве РФ перечень конкретных объектов правовой охраны, подпадающих под понятие интеллектуальная собственность: если да, то какие, если нет, то почему
2. **Практическое задание.** К объектам интеллектуальной собственности относятся (выделите варианты ответов):
 - селекционные достижения;
 - товары и услуги;
 - произведения прикладного искусства;
 - секреты производства (ноу-хау);
 - фонограммы;
 - фирменные наименования;
 - логотипы;
 - юридические лица;
 - музыкальные произведения.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
(ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»)

Факультет Торгового дела
Кафедра Маркетинга и рекламы
Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль: 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле»

**Б1.В.ДВ.07.01 Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов**

8 семестр (очная форма обучения) 4 курс (заочная форма обучения)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2

1. **Вопрос.** Перечислите основные положения об авторских правах. Расскажите об авторском договоре: общие положения, виды авторских договоров.

2. **Практическое задание.** Нормами института авторского права и смежных прав регулируются (выделите верные ответы):

- имущественные, а также связанные с ними личные неимущественные отношения, возникающие в связи с созданием, правовой охраной и использованием изобретений, полезных моделей и промышленных образцов;
- имущественные и личные неимущественные отношения, связанные с созданием, правовой охраной и использованием топологий интегральных микросхем, рационализаторских предложений;
- отношения, связанные с регистрацией, правовой охраной и использованием исключительных прав на фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания, а также географические указания;
- отношения, возникающие в связи с созданием и использованием произведений науки, литературы и искусства, исполнений, фонограмм, передач организаций эфирного и кабельного вещания.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
(ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»)

Факультет Торгового дела
Кафедра Маркетинга и рекламы
Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль: 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле»

**Б1.В.ДВ.07.01 Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов**

8 семестр (очная форма обучения) 4 курс (заочная форма обучения)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3

1. **Вопрос.** Расскажите о товарных знаках. Опишите источники правового регулирования прав на фирменное название и требования, предъявляемые к товарным знакам при их регистрации.

2. **Практическое задание.** Укажите, в каком нормативном правовом акте закреплен перечень объектов интеллектуальной собственности:

- а) Закон Республики Беларусь «Об авторском праве и смежных правах»;
- б) Гражданский кодекс Республики Беларусь;
- в) Налоговый кодекс Республики Беларусь;
- г) Закон Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания»;

д) Гражданский процессуальный кодекс Республики Беларусь.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
(ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»)

Факультет Торгового дела
Кафедра Маркетинга и рекламы
Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль: 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле»

Б1.В.ДВ.07.01 Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов
8 семестр (очная форма обучения) 4 курс (заочная форма обучения)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4

1. **Вопрос.** Раскройте понятие патентного права, источники правового регулирования патентного права. Расскажите об объектах патентного права.
2. **Практическое задание.** Какой из нормативных правовых актов включает раздел V «Интеллектуальная собственность»:
 - а) Закон Республики Беларусь «О коммерческой тайне»;
 - б) Закон Республики Беларусь «Об авторском праве и смежных правах»;
 - в) Гражданский процессуальный кодекс Республики Беларусь;
 - г) Гражданский кодекс Республики Беларусь;
 - д) Закон Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания».

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
(ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»)

Факультет Торгового дела
Кафедра Маркетинга и рекламы
Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль: 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле»

Б1.В.ДВ.07.01 Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов
8 семестр (очная форма обучения) 4 курс (заочная форма обучения)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5

1. **Вопрос.** Расскажите и проанализируйте, какая статья Конституции РФ определяет принцип законоохранности интеллектуальной собственности. Какая статья ГК РФ определяет права обладателя интеллектуальной собственности?

2. Практическое задание. Книжка «101 совет оратору» продаётся во всех книжных за 100 рублей. Но в суде выяснилось, что львиная доля тиражей – 22 тысячи из 27 выпущена с нарушением прав автора – и с нарушителя были взысканы рекордные 4 400 000 рублей. Как это возможно? Издательство, выпускающее книгу в свет, заключило договор не с самим автором, а с компанией – его работодателем. У автора и работодателя, в свою очередь, также был заключен договор – но на издание только 5 тыс. экземпляров. Этого издательство не проверило и по заказу работодателя выпускало дополнительные тиражи – фактически незаконно.

Вопрос:

Можно ли в таком случае говорить о том, что это творческий результат, который должен охраняться правом интеллектуальной собственности?

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
(ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»)

Факультет Торгового дела
Кафедра Маркетинга и рекламы
Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль: 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле»

Б1.В.ДВ.07.01 Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов
8 семестр (очная форма обучения) 4 курс (заочная форма обучения)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 6

1. Вопрос. Расскажите, какие из ниже перечисленных видов собственности относятся к сфере интеллектуальной собственности: промышленная собственность, авторские и смежные права, топологии интегральных микросхем, служебная и коммерческая тайна

2. Практическое задание. Не так давно в Москве появилась сеть пивных под названием «Штирлиц». Помню, как сам проезжая по улице, увидел вывеску и призадумался: а можно ли так? И у кого нужно получать согласие, если что – ведь Штирлиц – это и чья-то реальная немецкая фамилия, и персонаж книги, и герой фильма. Да, и фольклор уже, конечно.

Но вот как раз и нашлось подходящее дело: оказывается, дочь знаменитого писателя Юлиана Семенова зарегистрировала товарный знак «Штирлиц» — и теперь запрещает всем его использовать!

В одном деле истец объединил всех ответчиков — всех операторов ресторанов и даже владельцев зданий, в которых они находились и на которых висели вывески — иск был удовлетворен и в ближайшее время мы должны лицензировать ребрендинг уже немалой сети.

Вопрос:

Почему истцу удалось выиграть?

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

(ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»)

Факультет Торгового дела
Кафедра Маркетинга и рекламы
Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль: 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле»

**Б1.В.ДВ.07.01 Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов**

8 семестр (очная форма обучения) 4 курс (заочная форма обучения)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 7

1. **Вопрос.** Раскройте сущность правил оформления заявки на изобретение. Что такое формальная экспертиза заявки, права патентообладателей и пределы осуществления патентных прав.

2. **Практическое задание.** Авторское право распространяется:

- только на произведения, выраженные в письменной форме;
- только на произведения, выраженные в устной форме.
- на произведения, существующие в какой-либо объективной форме: письменной; устной; звуко- или видеозаписи; изображения; объемно-пространственной, электронной, в том числе цифровой и в иной форме.
- только на произведения, существующие в электронной форме.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
(ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»)

Факультет Торгового дела
Кафедра Маркетинга и рекламы
Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль: 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле»

**Б1.В.ДВ.07.01 Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов**

8 семестр (очная форма обучения) 4 курс (заочная форма обучения)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 8

1. **Вопрос.** Расскажите о возникновении прав на изобретения, полезные модели и промышленные образцы. Какие примеры могут подчеркнуть ваш ответ.

2. **Практическое задание.** Служебное произведение представляет собой:

- произведение науки, литературы, искусства (его часть, имеющую самостоятельное значение), созданное автором по заданию нанимателя или в порядке выполнения обязанностей, обусловленных трудовым договором;
- произведение, созданное автором с использованием оргтехники нанимателя;
- произведение, созданное автором в течение рабочего дня;

- произведение, созданное автором в течение рабочего дня с использованием оргтехники нанимателя.
- произведение, созданное работником по собственной инициативе.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
(ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»)

Факультет Торгового дела
Кафедра Маркетинга и рекламы
Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль: 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле»

Б1.В.ДВ.07.01 Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов

8 семестр (очная форма обучения) 4 курс (заочная форма обучения)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 9

1. **Вопрос.** Расскажите, что означает особый режим правовой охраны в отношении секретных изобретений, приведите примеры из практики рекламной деятельности.

2. **Практическое задание.** «Microsoft» делает определенные успехи в решении проблемы пиратства в Китае, служит решение китайского суда в марте 1999 г. выплатил ей 800 000 иен (\$744 720) в качестве компенсации, на основании того, что две китайские компании были признаны виновными в нарушении Закона об авторских правах. Впервые компания «Microsoft» возбудила дело о пиратском изготовлении компьютерных программ в китайском суде. Хотя компенсация в денежном выражении была небольшой, победу можно считать сигналом к началу тенденций такого рода в Китае.

Вопросы:

- 1) Обоснуйте основные методы борьбы против контрафактной продукции компании «Microsoft» на рынках Китая.
- 2) Сравните ситуацию с положением на рынке телекоммуникационных услуг в России с точки зрения компании «Microsoft».
- 3) Каковы возможные действия по восстановлению прав интеллектуальной собственности компании «Microsoft» в России?

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
(ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»)

Факультет Торгового дела
Кафедра Маркетинга и рекламы
Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль: 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле»

**Б1.В.ДВ.07.01 Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов**

8 семестр (очная форма обучения) 4 курс (заочная форма обучения)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 10

1. **Вопрос.** Раскройте сущность понятия «правовой режим» и расскажите, что он представляет собой для служебных изобретений, полезных моделей и промышленных образцов.
2. **Практическое задание.** Составитель сборника и авторы вошедших в сборник документов обладают следующими правами:
- составитель пользуется авторским правом; авторы не имеют права использовать свои произведения независимо
 - составитель пользуется авторским правом при условии соблюдения прав автора каждого из произведений; авторы вправе использовать свои произведения независимо; другие лица могут самостоятельно осуществлять подбор тех же материалов
 - составитель пользуется авторским правом; другие лица не могут осуществлять подбор тех же материалов
 - составитель не пользуется авторским правом; права принадлежат только авторам произведений.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
(ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»)

Факультет Торгового дела
Кафедра Маркетинга и рекламы
Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль: 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле»

**Б1.В.ДВ.07.01 Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов**

8 семестр (очная форма обучения) 4 курс (заочная форма обучения)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 11

1. **Вопрос.** Выделите сущность понятия «прекращение исключительных прав на изобретение, полезную модель, промышленный образец» и расскажите о нем подробнее. Назовите способы защиты патентных прав.
2. **Практическое задание.** Сравнительный анализ объектов интеллектуальной собственности и рекламной продукции показывает, что им присущи одинаковые основополагающие признаки, которые определяют основное содержание рекламы и позволяют четко идентифицировать рекламную продукцию и объекты интеллектуальной собственности (выделите правильный ответ):
- 1) тесная связь рекламной информации и результатов интеллектуальной деятельности с рекламопроизводителем;

- 2) нематериальная, информационная природа социального блага, что определяет специфику правового регулирования соответствующих отношений, в частности, необходимость использования теоретической конструкции исключительных прав на рекламную информацию и результат интеллектуальной деятельности. Реклама и объекты интеллектуальной собственности постоянно связаны с материальными носителями, которые позволяют зафиксировать содержащуюся в них информацию;
- 3) реклама, так же, как и результаты интеллектуальной деятельности, является объектом товарных отношений, т.е. имеет способность удовлетворять определенные интересы потребителя и при этом приносить доход;
- 4) рекламная информация неперсонифицирована, являясь разновидностью массовой коммуникации и безличностного обмена.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
(ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»)

Факультет Торгового дела
Кафедра Маркетинга и рекламы
Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль: 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле»

Б1.В.ДВ.07.01 Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов

8 семестр (очная форма обучения) 4 курс (заочная форма обучения)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 12

1. **Вопрос.** Расскажите, при соблюдении каких условий, использование результатов интеллектуальной собственности может осуществляться третьими лицами на законных основаниях

2. **Практическое задание.** Является ли реклама, в которой представлен чужой товарный знак, нарушением товарного знака сама по себе?

Вопросы:

1) Приведите примеры нарушений прав на обладание товарным знаком и обоснуйте это с точки зрения П.1. ст. 22 «Закона о товарных знаках»;

2) Расскажите об отличиях российского Закона о товарных знаках от законодательства ряда стран. Например, в некоторых странах напрямую квалифицируют несанкционированное использование чужого товарного знака в рекламе как нарушение товарного знака. Например, соответствующую норму содержит Закон США о товарных знаках 1946 года, Закон Великобритании о товарных знаках 1994 года. В английской судебной практике и доктрине нашёл отражение запрет на несанкционированное использование чужого товарного знака, в том числе фонетически сходного словесного обозначения, в рекламе на радио как способного ввести в заблуждение потребителя. Сформулируйте собственное мнение по этому вопросу.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

(ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»)

Факультет Торгового дела
Кафедра Маркетинга и рекламы
Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль: 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле»

**Б1.В.ДВ.07.01 Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов**

8 семестр (очная форма обучения) 4 курс (заочная форма обучения)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 13

- 1. Вопрос.** Расскажите, что собой представляет творческий труд и интеллектуальный продукт. Если в этих понятиях существенные отличия. Если да, то какие?
- 2. Практическое задание.** Несанкционированное использование чужих товарных знаков в рекламе признается нарушением законодательства о недобросовестной конкуренции, как то показывает практика антимонопольных органов. Например, в антимонопольный орган обратился владелец товарного знака с заявлением о прекращении его незаконного использования в рекламе лекарственного препарата, производимого другим предприятием и реализуемого третьим, поскольку, по мнению заявителя, такое его использование в рекламе нарушает права законного владельца товарного знака. Антимонопольный орган пришёл к выводу о том, что имеет место несанкционированное законным владельцем товарного знака использование в рекламе лекарственного препарата зарегистрированного товарного знака в отношении товаров, введенных в хозяйственный оборот без разрешения владельца товарного знака, что противоречит требованиям п. 5 ст. 5 Федерального закона "О рекламе".

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Маркетинг и реклама

Вопросы для устного опроса

по дисциплине «**Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов**»

**Модуль 1. «Методические основы интеллектуальной собственности и существенное
наполнение авторских прав»**

1. Творческий труд и интеллектуальный продукт.
2. Владелец интеллектуальной собственности (ИС) и его права.
3. Ликвидность ИС. Правовое определение и обеспечение ИС.
4. Классификация ИС.
5. Правовые средства защиты от недобросовестной конкуренции.
6. Художественная собственность и ее защита авторскими правами.

7. Объекты авторских прав.
8. Сроки действия авторских прав и исключения из общепринятых правил.
9. Закон об авторском праве. «Принцип исчерпания авторских прав».
10. Понятие и признаки объектов авторского права.
11. Принципы классификации и виды объектов авторского права.
12. Административная и уголовная ответственность за нарушение авторских прав.
13. Физические и юридические лица – субъекты авторского права. Соавторство. Правопреемники.
14. Правовое регулирование и объекты смежных прав. Сроки действия смежных прав.
15. Понятие авторского договора. Основные позиции авторского договора.
16. Объект промышленной собственности.
17. Классификация объектов промышленной собственности.
18. Правовое значение средств индивидуализации предпринимателей и их продукции.
19. Фирменные наименования.
20. Товарные знаки.

Модуль 2. «Патентное право и иные аспекты интеллектуальной собственности»

1. Источники правового регулирования прав на фирменное название.
2. Требования к товарным знакам при их регистрации.
3. Понятие патентного права.
4. Источники правового регулирования патентного права.
5. Объекты патентного права.
6. Особый режим правовой охраны в отношении секретных изобретений.
7. Субъекты патентного права. Лица, получающие патент.
8. Правовой режим для служебных изобретений, полезных моделей и промышленных образцов.
9. Возникновение прав на изобретения, полезные модели и промышленные образцы.
10. Правила оформления заявки на изобретение. Формальная экспертиза заявки.
11. Права патентообладателей. Пределы осуществления патентных прав.
12. Прекращение исключительных прав на изобретение, полезную модель, промышленный образец. Способы защиты патентных прав.
13. Какая статья Конституции РФ определяет принцип законоохранности интеллектуальной собственности
14. Какая статья ГК РФ определяет права обладателя интеллектуальной собственности?
15. Существует ли в действующем законодательстве РФ перечень конкретных объектов правовой охраны, подпадающих под понятие интеллектуальная собственность: если да, то какие, если нет, то почему
16. При соблюдении каких условий, использование результатов интеллектуальной собственности может осуществляться третьими лицами на законных основаниях
17. Какие из ниже перечисленных видов собственности относятся к сфере интеллектуальной собственности: промышленная собственность, авторские и смежные права, топологии интегральных микросхем, служебная и коммерческая тайна
18. Перечислите основные положения об авторских правах.
19. Авторский договор: общие положения, виды авторских договоров.
20. Основания изменения и прекращения авторского договора.
21. Административная ответственность за нарушение авторских и смежных прав.
22. Уголовно-правовая характеристика преступлений о нарушении права интеллектуальной собственности.
23. Понятие и доказывание крупного ущерба при нарушении права интеллектуальной собственности.
24. Экспертиза по определению контрафактности продукции.

25. Особенности проведения экспертизы по установлению плагиата в авторском произведении.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если	<ul style="list-style-type: none"> ➤ изложение материала логично, грамотно, без ошибок; ➤ свободное владение профессиональной терминологией; ➤ умение высказывать и обосновать свои суждения; ➤ студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; ➤ студент организует связь теории с практикой.
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если	<ul style="list-style-type: none"> ➤ студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; ➤ ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если	<ul style="list-style-type: none"> ➤ студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; ➤ обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если	<ul style="list-style-type: none"> ➤ отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; ➤ в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса, отсутствует аргументация изложенной точки зрения, нет собственной позиции.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Маркетинг и реклама

Темы рефератов (докладов, сообщений)

по дисциплине «**Интеллектуальная собственность и авторские права рекламистов**»

1. Как защитить товарный знак, состоящий только из цвета.
2. Гражданско-правовая ответственность за незаконное использование товарного знака.
3. Значение первичной регистрации для последующей защиты брэнда.
4. «Украденные логотипы» российские примеры.
5. Допустимость внесудебного одностороннего расторжения лицензионного договора.
6. Методы противодействия контрафактной продукции.
7. Проблемы инвесторов в защите интеллектуальной собственности.

8. Ответственность за нарушение российского антимонопольного законодательства.
9. Особенности взаимодействия государства и бизнеса в ЕС и Японии.
10. Понятие и источники правового регулирования патентного права.
11. Объекты и субъекты патентного права.
12. Особый режим правовой охраны в отношении секретных изобретений.
13. Способы поддержки от региональной администрации в процессе организации патентования.
14. Конфликт права на доменное имя и прав средств индивидуализации.
15. Фирменные наименования. Товарные знаки.
16. Дела о нарушении законодательства о рекламе в практике антимонопольных органов.
17. Объект промышленной собственности и их правовая защита.
18. Классификация объектов промышленной собственности их количественное присутствие в деятельности российских предприятий (усредненная статистика).
19. Обеспечение добросовестной конкуренции в сфере промышленной собственности
20. Пример составления авторского договора с описанием его основных позиций.
21. Принятая в национальной практике классификация авторских договоров.
22. Проблемы злоупотребления авторским договором: отечественные реалии.
23. История охраны смежных и авторских прав в России и за рубежом.
24. Примеры практической деятельности организаций, участвующих в коллективном управлении авторскими и смежными правами.
25. Сущностное наполнение мер ответственности за нарушение авторских и смежных прав.

Методические рекомендации по написанию, требования к оформлению

Выполнение контрольного задания способствует расширению и лучшему усвоению вопросов курса, позволяет приобрести опыт в работе со специальной литературой, дает возможность приобрести практические навыки в изучении теоретических вопросов дисциплины «Международный маркетинг».

Структура и объем реферата. Реферат должен состоять из следующих элементов:

- титульный лист;
- содержание;
- основная часть (разделенная на параграфы),
- заключение,
- список использованных источников.

Объем реферата 15–20 страниц формат А4. Возможно представление реферата в форме доклада и мультимедийной презентации.

Оформление реферата. Оформление работы должно соответствовать требованиям стандарта ГОСТ 2.105-99 «Общие требования к текстовым документам». Примером оформления текста может служить любая специальная литература, используемая в реферате.

Писать или печатать, необходимо на одной стороне листа, аккуратно и разборчиво. Все страницы должны иметь сквозную нумерацию, причем на

титulyном листе номер страницы не проставляется. Графики и диаграммы должны также иметь сквозную нумерацию, подрисуночная надпись для них должна располагаться ниже иллюстрации, а номер таблицы и ее наименование – над табличным материалом.

После «Заключения», в котором проводятся собственные выводы по раскрытой в реферате теме, необходимо привести список фактически использованной литературы, на которую даны сноски в реферате. Список использованных источников должен оформляться с указанием автора, наименования источника, места издания, издательства, года издания, а также страниц источника, использованного в реферате (см. пример).

Пример: Беспалова А.Г. Инновационный маркетинг: учеб. пособие. – Ростов-на-Дону: Азов-Печать, 2014. – 200 с.

В конце, после «Заключения», следует поставить дату написания работы и подпись студента – автора реферата.

Зачет реферата. Выполненный реферат студент защищает в процессе собеседования с преподавателем, получает оценку и допускается к сессии.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса или посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников.

При реализации различных видов учебной работы используются разнообразные (в т.ч. интерактивные) методы обучения, в частности, компьютерное обеспечение для лабораторных работ, специальное техническое оборудование. Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронной библиотекой ВУЗа <http://library.rsue.ru/>. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе вузовской библиотеки или воспользоваться читальными залами вуза.

Критерии оценки:

<p>- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ изложение материала логично, грамотно, без ошибок; ➤ свободное владение профессиональной терминологией; ➤ умение высказывать и обосновать свои суждения; ➤ студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; ➤ студент организует связь теории с практикой.
<p>- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; ➤ ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
<p>оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; ➤ обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
<p>оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; ➤ в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса, отсутствует аргументация изложенной точки зрения, нет собственной позиции.

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Маркетинг и реклама

Задания для самостоятельной работы

по дисциплине «**Интеллектуальная собственность и авторские права
рекламистов**»

<p><i>Тема 1.1 «Общие вопросы интеллектуальной собственности»</i> Правовая природа и понятие интеллектуальной собственности. Понятие и общие признаки объектов интеллектуальной собственности. Классификация объектов ИС. Права на объекты интеллектуальной собственности и способы возникновения этих прав.</p>
<p><i>Тема 1.2 «Авторские права: объекты авторских прав и сроки действия авторских прав»</i> Понятие авторского права. Основные задачи и принципы авторского права. Объекты авторского права. Условия правовой охраны объектов авторских прав. Субъекты авторских прав. Объекты авторских прав. Срок охраны авторских прав. Неимущественные права автора. Имущественные права автора. Передача авторских прав по договору.</p>

<p><i>Тема 1.3 «Ответственность за нарушение авторских прав»</i> Способы гражданско-правовой защиты авторских прав. Судебный порядок защиты авторских прав. Особенности использования объектов авторского права в Интернете. Охрана топологий интегральных микросхем. Охрана баз данных.</p>
<p><i>Тема 2.1 «Патентное право»</i> Понятие патентного права. Основные принципы. Условия патентования изобретения, полезной модели, промышленного образца. Субъекты патентного права. Порядок патентования. Срок действия патентной охраны. Права патентообладателя. Ответственность за нарушение патентных прав.</p>
<p><i>Тема 2.2 «Иные объекты интеллектуальной собственности»</i> Маркетинг промышленных товаров. Маркетинг потребительских товаров. Маркетинг услуг. Маркетинг в социальной сфере. Некоммерческий маркетинг. Международный маркетинг</p>
<p><i>Тема 2.3 «Международные аспекты коммерческого использования интеллектуальной собственности»</i> Маркетинг в современном обществе России. Воздействие общества на развитие маркетинга. Государственное регулирование маркетинговой деятельности в России. Влияние предпринимателей на формирование современного маркетинга. Гражданские движения и маркетинг.</p>
<p><i>Тема 2.4 «Правовое регулирование конкурентной среды»</i> Конкуренция как фактор внешней среды маркетинга. Понятие антимонопольного законодательства. Специфика российского антимонопольного законодательства. Цели Закона РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и сфера его применения. Субъекты антимонопольного законодательства.</p>

Методические указания по видам управляемой самостоятельной работы

Цели самостоятельной работы студентов:

- систематизация и закрепление теоретических знания и практических умений;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать справочную и специальную литературу;
- формирование самостоятельности мышления и развитие исследовательских навыков.

Самостоятельная работы студентов включает следующие элементы:

- изучение литературных источников
- подготовка к выступлению на семинарском занятии
- написание рефератов по предложенным темам
- разработка презентаций по предложенным темам
- посещение и конспектирование лекций
- подготовка к зачету

При подготовке следует опираться на методические рекомендации: Методическое пособие по самостоятельной работе для студентов всех специальностей.

4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.


Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 3 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

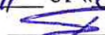
Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию сессии в письменном виде. Количество вопросов в задании – 2. Проверка ответов и объявление результатов производится в день зачета. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Приложение 2
к рабочей программе

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Рассмотрено и одобрено
на заседании кафедры 

Протокол № 11 от «18» 06 2018 г.
Зав.кафедрой  Бондаренко В.А.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Интеллектуальная собственность и авторские права рекламистов

Направление подготовки

38.03.06 «Торговое дело»

Профиль

38.03.06.03 «Рекламная деятельность»

Уровень образования

бакалавриат

Составитель


(подпись)

Осовцев В.А., д.э.н., доцент

Ростов-на-Дону, 2018

Методические указания по освоению дисциплины «Интеллектуальная собственность и авторские права рекламистов» адресованы студентам всех форм обучения.

Учебным планом по направлению подготовки «наименование направления» предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия;
- самостоятельная работа.

В ходе лекционных занятий рассматриваются основы интеллектуальной собственности и авторских прав рекламистов, документооборот и законодательство в этом направлении, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовки к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки обобщения, анализа, восприятия информации, постановки цели и выбора путей ее достижения

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;
- письменно решить домашнее задание, рекомендованные преподавателем при изучении каждой темы.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат, доклад или сообщение по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, нерассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса.

В ходе самостоятельной работы каждый студент должен уметь пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; готовиться так, чтобы это соответствовало информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов и их целенаправленности поиска и отбора. Также студент должен обладать навыками самостоятельно пользоваться различными базами данных, использовать современные информационно-коммуникационные технологии и глобальные информационные ресурсы, разрабатывать отчет и

предоставлять в полном масштабе результаты исследования.

При реализации различных видов учебной работы используются разнообразные (в т.ч. интерактивные) методы обучения, в частности, интерактивная доска для подготовки и проведения лекционных и семинарских занятий.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронной библиотекой ВУЗа <http://library.rsue.ru/>. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе вузовской библиотеки или воспользоваться читальными залами вуза.

Методические указания по видам управляемой самостоятельной работы

Цели самостоятельной работы студентов:

- систематизация и закрепление теоретических знания и практических умений;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать справочную и специальную литературу;
- формирование самостоятельности мышления и развитие исследовательских навыков.

Самостоятельная работы студентов включает следующие элементы:

- изучение литературных источников
- подготовка к выступлению на семинарском занятии
- написание рефератов по предложенным темам
- разработка презентаций по предложенным темам
- посещение и конспектирование лекций
- подготовка к зачету.

При подготовке следует опираться на методические рекомендации: Методическое пособие по самостоятельной работе для студентов всех специальностей.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников.

Методические указания по видам управляемой самостоятельной работы

Цели самостоятельной работы студентов:

- систематизация и закрепление теоретических знания и практических умений;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать справочную и специальную литературу;
- формирование самостоятельности мышления и развитие исследовательских навыков.

Самостоятельная работы студентов включает следующие элементы:

- изучение литературных источников
- подготовка к выступлению на семинарском занятии
- написание рефератов по предложенным темам
- разработка презентаций по предложенным темам
- посещение и конспектирование лекций
- подготовка к зачету.

Методические указания по выполнению рефератов

Цель выполнения контрольного задания. Выполнение реферат (самостоятельной работы) способствует расширению и лучшему усвоению вопросов дисциплины, позволяет приобрести опыт в работе со специальной литературой, дает возможность приобрести практические навыки в изучении теоретических вопросов дисциплины «Интеллектуальная собственность и авторские права рекламистов».

Структура и объем реферата. Реферат должен состоять из следующих элементов:

- титульный лист;
- содержание;
- основная часть,
- выводы и рекомендации,
- список использованных источников.

Объем реферата 15–20 страниц формата А4.

Оформление.

Оформление работы должно соответствовать требованиям стандарта ГОСТ 2.105-99 «Общие требования к текстовым документам». Примером оформления текста может служить любая специальная литература, используемая в работе.

Писать или печатать, необходимо на одной стороне листа, аккуратно и разборчиво. Все страницы должны иметь сквозную нумерацию, причем на титульном листе номер страницы не проставляется. Графики и диаграммы

должны также иметь сквозную нумерацию, подписочная надпись для них должна располагаться ниже иллюстрации, а номер таблицы и ее наименование – над табличным материалом.

После «Заключения», в котором проводятся собственные выводы по раскрытой в контрольной работе теме, необходимо привести список фактически использованной литературы, на которую даны сноски в контрольной работе. Список использованных источников должен оформляться с указанием автора, наименования источника, места издания, издательства, года издания, а также страниц источника, использованного в контрольной работе (см. пример).

Пример: Ягодкина, М.В. Реклама в коммуникационном процессе [Текст]: учеб.-метод. пособие / М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластущинская. – СПб. Питер, 2014. – 304 с.: ил.

В конце, после «Заключения», следует поставить дату написания работы и подпись студента – автора работы.

При подготовке следует опираться на методические рекомендации: Методическое пособие по самостоятельной работе для студентов всех специальностей.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников.