

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 25.06.2025 16:27:49
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fec3ad1bf35f08

УП: 40.03.01
Юриспруденция
2025.plx

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
ФГБОУ ВО «ТВЕРСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ООП

Ю.А. Дронова



Рабочая программа дисциплины

Правовое регулирование рекламы

Закреплена за кафедрой:	Гражданского права
Направление подготовки:	40.03.01 Юриспруденция
Направленность (профиль):	Правопользование и правоприменение
Квалификация:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Семестр:	6

Программу составил(и):

д-р юрид. наук, проф., Ильина Ольга Юрьевна

Тверь, 2025

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины (модуля):

формирование у студентов знаний о концепциях, методах и формах правового регулирования рекламной деятельности как неотъемлемой составляющей регулирования конкурентных отношений и защиты экономических прав потребителей.

Задачи :

- обобщение концептуальных теоретических подходов к правовому регулированию рекламной деятельности как составляющей регулирования экономики в целом;
- характеристика взаимосвязи и взаимозависимости саморегулирования и государственного регулирования экономики;
- анализ опыта саморегулирования и государственного регулирования рекламной деятельности за рубежом, взаимосвязи этих двух подходов на основе международного опыта;
- практический анализ положений, регулирующих рекламную деятельность в регионе и в России в целом, их влияние на конкурентные отношения и защиту прав потребителей.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ОП: Б1.В

Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Гражданское право

Теория государства и права

Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Предпринимательское право

Актуальные вопросы общей части гражданского права

Правоприменительная практика

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Часов по учебному плану	72
в том числе:	
самостоятельная работа	44

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

ПК-2.1: Использует положения действующих нормативных актов соответствующего профиля правоприменения, устанавливает возможные причины их нарушения и условия способствующие этому

ПК-2.2: Анализирует правонарушающее поведение и способы противодействия такому поведению, определяет комплекс мер, направленных на устранение допущенных и предотвращение потенциальных нарушений законодательства

ПК-2.3: Выявляет обстоятельства, препятствующие эффективному исполнению субъектами правоотношений прав и обязанностей и предлагает пути и способы их устранения, применяет меры юридической ответственности по направлениям деятельности

ПК-3.1: Использует нормы действующего законодательства, правила правоприменения в различных сферах профессиональной деятельности, регулирующие порядок принятия решений и совершения юридических действий

ПК-3.2: Обосновывает принимаемые решения и совершаемые действия с позиции действующего закона, даёт юридическую оценку правам и обязанностям участников конкретных ситуаций, делает правильные выводы об особенностях их требований и возражений

ПК-3.3: Принимает решения и совершает юридические действия в точном соответствии с нормами законодательства, регулирующего правоотношения, использует материалы судебной и иной правоприменительной практики в соответствующей сфере профессиональной деятельности

5. ВИДЫ КОНТРОЛЯ

Виды контроля в семестрах:	
зачеты	6

6. ЯЗЫК ПРЕПОДАВАНИЯ

Язык преподавания: русский.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Сем.	Часов	Примечание
	Раздел 1. Темы				
1.1	Понятие и история развития рекламно-го права в РФ	Пр	6	3	
1.2	Понятие и история развития рекламно-го права в РФ	Ср	6	7	
1.3	Нормативные правовые акты, составляющие систему регулирования рекламной деятельности и их структура.	Пр	6	3	
1.4	Нормативные правовые акты, составляющие систему регулирования рекламной деятельности и их структура.	Ср	6	7	
1.5	Основные понятия ФЗ «О рекламе»: реклама, ненадлежащая реклама, контрреклама, рекламодаделец, рекламопроизводитель, рекламодраспроетранитель, потребители рекламы.	Пр	6	3	
1.6	Основные понятия ФЗ «О рекламе»: реклама, ненадлежащая реклама, контрреклама, ре-кламодаделец, ре-кламопроизводитель, рекламодраспроетранитель, потребители рекламы.	Ср	6	7	
1.7	Сфера применения ФЗ «О рекламе».	Пр	6	3	
1.8	Сфера применения ФЗ «О рекламе».	Ср	6	3	

1.9	Общие и специальные требования законодательства к рекламной информации.	Пр	6	4	
1.10	Общие и специальные требования законодательства к рекламной информации.	Ср	6	4	
1.11	Специальные требования к рекламе отдельных видов товаров и отдельным способам распространения рекламы	Пр	6	4	
1.12	Специальные требования к рекламе отдельных видов товаров и отдельным способам распространения рекламы	Ср	6	4	
1.13	Юридическая ответственность по рекламному законодательству РФ.	Пр	6	4	
1.14	Юридическая ответственность по рекламному законодательству РФ.	Ср	6	6	
1.15	Порядок привлечения к ответственности за нарушение рекламного законодательства в РФ.	Пр	6	4	
1.16	Порядок привлечения к ответственности за нарушение рекламного законодательства в РФ.	Ср	6	6	

Список образовательных технологий

1	Проектная технология
2	Дискуссионные технологии (форум, симпозиум, дебаты, аквариумная дискуссия, панельная дискуссия, круглый стол, фасилитированная и т.д.)
3	Методы группового решения творческих задач (метод Дельфи, метод 6–6, метод развивающей кооперации, мозговой штурм (метод генерации идей), нетворкинг и т.д.)
4	Технологии развития дизайн-мышления
5	Информационные (цифровые) технологии

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации:

Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции

ПК-2 Способен обеспечивать соблюдение законодательства Российской Федерации субъектами права

ПК-3 Способен принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законодательством Российской Федерации

– Дать письменный ответ на вопрос

Значение постановлений Верховного суда РФ в применении законодательства РФ о рекламной деятельности.

– Дать письменный ответ на вопрос

Особенности юридической ответственности за правонарушения в сфере рекламы.

Критерии оценивания устного / письменного ответа

Шкала оценивания Критерии оценивания

5 рейтинговых баллов Студент дает правильный и полный (развернутый) ответ на вопрос, умеет логично и грамотно излагать собственные умозаключения и выводы, не допускает неточностей, демонстрируя уверенные знания и навыки участия в обсуждении проблем на практических занятиях.

4 рейтинговых балла Студент дает правильный ответ на вопрос, умеет формулировать собственные умозаключения и выводы, однако допускает отдельные неточности, демонстрируя знания и навыки участия в обсуждении проблем на практических занятиях.

3 рейтинговых балла Студент дает правильный ответ на вопрос, умеет формулировать собственные умозаключения и выводы, однако допускает существенные неточности, демонстрируя знания и навыки участия в обсуждении проблем на практических занятиях.

2 рейтинговых балла Студент дает неполный ответ, демонстрируя поверхностные знания по вопросу. Студент способен формулировать содержание ответа, но при этом материал не структурирован, а ответ требует существенной доработки.

1 рейтинговый балл Студент знает лишь отдельные элементы вопроса, допускает грубые ошибки в формулировках.

0 рейтинговых баллов Студент не дает ответа либо дает неверный ответ

Критерии оценивания участия в дискуссии

Шкала оценивания Критерии оценивания

5 рейтинговых баллов Студент уверенно знает правила проведения дискуссий, умеет аргументировать свою позицию, при этом демонстрирует готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциал, а также готовность правильно действовать в нестандартных ситуациях

4 рейтинговых балла Студент знает основные правила проведения дискуссий, частично аргументировал свою позицию, при этом демонстрирует готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциал, однако не всегда демонстрирует умение правильно действовать в нестандартных ситуациях.

3 рейтинговых балла Студент принимает достаточно активное участие в дискуссии, обозначает свою позицию, но при этом его аргументация неполная, хотя и со ссылкой на соответствующие источники.

2 рейтинговых балла Студент принимает участие в дискуссии, обозначает свою позицию, но при этом его аргументация неполная, без ссылки на соответствующие источники.

1 рейтинговый балл Студент принимает минимальное участие в дискуссии, обозначает свою позицию, но при этом не аргументирует свою позицию.

0 рейтинговых баллов Студент в дискуссии не участвует.

– Решение задачи

Иванов нарушил требования к установке и эксплуатации рекламной конструкции. Установил и эксплуатировал рекламную конструкцию без предусмотренного законодательством разрешения на ее установку и эксплуатацию в д. Князево Медновский район Тверской области без разрешения собственника земельного участка и осуществлял его эксплуатацию. Состав какого правонарушения образуют действия Иванова?

– Решение задачи

Управлением управления антимонопольной службы по Тверской области в рамках осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства рекламе на подведомственной территории на телеканале «Рен ТВ» в июне 2017 года во время эфира рекламного блока отслежено распространение рекламы банковского продукта (вклада «Золотое руно»), реализуемого Банком с указанием одного из существенных условий договора рекламируемого вклада, а именно процентной ставки 15.15% годовых.

Изучив рекламный ролик Банка административный орган пришел к заключению о том, что существенные условия оказания банковской услуги на рассматриваемой рекламе

(ролике) размещены мелким шрифтом и не поддаются ни прочтению, ни восприятию в качестве информации в течение того периода времени на которое рекламодателем выделено время в ролике для его восприятия, в связи с чем потребитель лишен возможности получения такой информации, что не может расцениваться как наличие данной информации. Есть ли в рекламном ролике Банка размещенном на телеканале признаками нарушения Федерального закона «О рекламе».

Критерии оценивания решения задач

Шкала оценивания Критерии оценивания

5 рейтинговых баллов Студент дает правильный и полный (развернутый) ответ на все теоретические вопросы, последовательно их раскрывает; умеет логично и грамотно излагать собственные умозаключения и выводы, демонстрируя уверенные знания по заявленной теме; ответ проиллюстрирован конкретными примерами из правоприменительной практики. Студент демонстрирует навыки по сбору и систематизации научной информации, учебной литературы по данному вопросу в достаточном количестве.

4 рейтинговых балла Студент дает правильный ответ на большинство теоретических вопросов, делает собственные умозаключения и формулирует выводы, демонстрируя знания по теме; ответ проиллюстрирован хотя бы одним примером. Студент использовал научную, учебную литературу, но не достаточно ее систематизировал и обобщил. Студент демонстрирует способность выступать с сообщением и участвовать в обсуждении проблем на практических занятиях.

3 рейтинговых балла Студент дает неполный ответ, демонстрируя поверхностные знания по вопросу. Студент способен подбирать и систематизировать материал.

2 рейтинговых балла Студент дает неполный ответ, демонстрируя поверхностные знания по вопросу. Студент способен подбирать материал, но при этом материал не структурирован, не обобщен в достаточной степени, а само выступление требует доработки.

8.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к зачету:

1. Сфера применения Федерального закона «О рекламе».
2. Международно-правовые акты как источники законодательства о рекламе.
3. Основные понятия, используемые в Федеральном законе «О рекламе».
4. Субъекты рекламной деятельности.
5. Функции рекламы.
6. Виды рекламной информации.
7. Общие требования к рекламе
8. Правовые особенности рекламы отдельных видов товаров.
9. Товары, реклама которых не допускается
10. Социальная реклама
11. Особенности отдельных способов распространения рекламы
12. Саморегулируемые организации в сфере рекламы
13. Права саморегулируемой организации в сфере рекламы
14. Полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы
15. Обязанности антимонопольного органа по соблюдению коммерческой, служебной и иной охраняемой законом тайны
16. Организация и проведение проверок в сфере рекламы
17. Решения и предписания антимонопольного органа по результатам рассмотрения дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе
18. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе
19. Порядок привлечения к ответственности за нарушение рекламного законодательства в РФ.

20. Особенности рассмотрения дел о рекламе судами.

8.3. Требования к рейтинг-контролю

1. Рейтинговый контроль знаний осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ, принятого ученым советом ТвГУ (протокол № 11 от 29 июня 2022 г.).

2. Каждый семестр делится на два модуля, которые завершаются контрольной точкой.

3. Формы рейтингового модульного контроля выбираются преподавателями по его усмотрению. Это может быть одно из заданий, подобных тем, которые предлагаются в представленном разделе программы, включая ответы на тестовые вопросы.

4. Контрольные рейтинговые задания выполняются студентами в рамках аудиторного занятия в установленный учебным графиком день. Преподаватель может сообщить условия соответствующего задания заранее, установив срок и предложив выполнение его во внеучебное время (в рамках отведенного времени для самостоятельной работы).

И в первом и во втором случае преподаватель организует сбор подготовленных заданий, проверяет их и объявляет результаты.

5. Формой рейтингового модульного контроля является тестирование по соответствующим темам. Тестирование проводится на платформе LMS.

6. Дисциплина заканчивается зачетом.

На первый модуль отводится 40 баллов, которые распределяются следующим образом:

- текущий контроль – до 35 баллов;
- рубежный контроль – 5 баллов.

На второй модуль отводится 60 баллов, которые распределяются следующим образом:

- текущий контроль – до 55 баллов;
- рубежный контроль – 5 баллов.

Обучающемуся, набравшему 40 баллов и выше по итогам работы в семестре, в рейтинговой ведомости учета успеваемости и зачетной книжке выставляется отметка «зачтено».

Обучающийся, набравший до 39 баллов включительно, сдает зачет.

7. На первом занятии преподаватель озвучивает обучающимся тематический и календарный график занятий, формы и сроки выполнения заданий, баллы, которые могут быть получены обучающимся за выполнение каждого из заданий.

Дополнительно обучающимся озвучиваются формы и правила выполнения заданий для получения премиальных баллов.

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

Рекомендуемая литература

Основная

Шифр	Литература
Л.1.1	Богацкая, Правовое регулирование рекламной деятельности, Москва: Университетская книга, 2020, ISBN: 978-5-98699-032-3, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=367508
Л.1.2	Варакута, Связи с общественностью, Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019, ISBN: 978-5-16-003443-0, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=367327

Л.1.3	Жильцова, Синяева, Жильцов, Рекламная деятельность, Москва: Юрайт, 2023, ISBN: 978-5-9916-9889-4, URL: https://urait.ru/bcode/511937
Л.1.4	Жильцова, Синяева, Жильцов, Связи с общественностью, Москва: Юрайт, 2021, ISBN: 978-5-9916-9890-0, URL: https://urait.ru/bcode/469810
Л.1.5	Жильцова, Синяева, Жильцов, Рекламная деятельность, Москва: Юрайт, 2021, ISBN: 978-5-9916-9889-4, URL: https://urait.ru/bcode/469809
Л.1.6	Эриашвили, Романов А.А., Васильев Н.С., Апаликов А.Н., Свиридова, Линева, Правовое регулирование рекламной деятельности, Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017, ISBN: 978-5-238-01546-0, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=340953

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭБС IPR SMART : https://www.iprbookshop.ru/
----	---

Перечень программного обеспечения

1	Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows
2	Adobe Acrobat Reader
3	Google Chrome
4	paint.net
5	Многофункциональный редактор ONLYOFFICE
6	ОС Linux Ubuntu

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1	ЭБС ТвГУ
2	ЭБС «Лань»
3	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
4	ЭБС «ЮРАИТ»
5	ЭБС «ZNANIUM.COM»
6	СПС "КонсультантПлюс"
7	СПС "ГАРАНТ"

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудит-я	Оборудование
7-203	комплект учебной мебели, переносной ноутбук, проектор
7-208	комплект учебной мебели, компьютер, МФУ, телевизор
7-209	комплект учебной мебели, переносной ноутбук, проектор
7-210	принтер, компьютеры, сканер, проектор, доска интерактивная, коммутатор, ИБП

7-214	комплект учебной мебели, переносной ноутбук, проектор
7-215	комплект учебной мебели, переносной ноутбук, проектор
7-217	принтер, компьютер, переносной ноутбук

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Примерная тематика электронных презентаций студентов и основные требования к таким работам.

1. Особенности правового регулирования рекламной деятельности в зарубежных странах.
2. Функции рекламы.
3. Особенности регламентации социальной рекламы.
4. Запрещенные виды рекламы, в том числе недобросовестная реклама, недостоверная реклама, неэтичная реклама.
5. Требования по защите несовершеннолетних при распространении рекламы.
6. Примеры нарушения общих требований к рекламе.
7. Особенности отдельных способов распространения рекламы.
8. Особенности рекламы отдельных видов товаров.
9. Примеры нарушения требований к рекламе отдельных видов товаров и отдельным способам распространения рекламы.
10. Профилактика правонарушений рекламного права.

Тема мультимедийной презентации выбирается студентом самостоятельно по согласованию с преподавателем. Мультимедийные презентации используются в целях наглядной демонстрации дополнительных материалов к устному сообщению и не должны содержать весь основной текст, с которым выступает докладчик. В презентации могут быть отражены: основные тезисы выступления, цифры и названия, которые трудно воспринимаются аудиторией «на слух», графики, схемы, таблицы, формулы, а также видеозаписи и др.

Создание мультимедийной презентации, как правило, состоит из трех этапов:

I. Планирование презентации – это многошаговая процедура, включающая определение целей, изучение аудитории, формирование структуры и логики подачи материала. Планирование презентации включает в себя: определение целей; сбор информации об аудитории; определение основной идеи презентации; подбор дополнительной информации; планирование выступления; создание структуры презентации; проверка логики подачи материала.

II. Разработка презентации – методологические особенности подготовки слайдов презентации, включая вертикальную и горизонтальную логику, содержание и соотношение текстовой и графической информации.

III. Репетиция презентации – это проверка и отладка созданной презентации.

Объем презентации должен быть не меньше 10 слайдов. Первый слайд – это титульный лист, на котором должны быть представлены: название темы выступления; фамилия, имя, отчество автора. Допускается размещение фотографии или рисунка, отражающего тему исследования.

Дизайн-эргономические требования к презентации: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста, наглядность и «читаемость».

В оформлении презентаций выделяют две важных составляющих: оформление слайдов и представление информации на них. Прежде всего, презентация должна быть выполнена в едином стиле. На одном слайде рекомендуется размещение не более 3 цветов. При этом цвет текста должен сочетаться с цветом фона и позволять читателям ознакомиться с представляемым материалом. Использование различных анимационных эффектов не приветствуется, поскольку они отвлекают внимание аудитории от содержания информации

на слайде.

Правила представления информации в мультимедийных презентациях следующие: использование коротких слов и предложений; использование заголовков для привлечения внимания аудитории; горизонтальное расположение информации; размещение пояснений к рисунку под ним; использование рамок, заливок, рисунков, таблиц, диаграмм и схем для иллюстрации наиболее важных фактов; не выносите в один слайд более 3-х фактов, выводов и определений; обеспечьте максимальную информационную насыщенность при минимальном объеме информации на слайде за счет грамотного структурирования и устного текста.

2. Методические рекомендации по работе с нормативно-правовыми актами

Самостоятельная работа призвана, прежде всего, сформировать у студентов навыки работы с нормативно-правовыми актами. При их анализе необходимо научиться правильно фиксировать основные реквизиты документа (полное официальное название, когда и каким государственным органом был принят, кем и когда подписан, где опубликован), порядок вступления в силу и сферу действия.

В процессе изучения правовых источников очень важно правильно определить причины и исторические условия принятия данного правового документа. Необходимо уяснить главное, сущностное - почему, с какой целью государством был разработан и принят настоящий правовой акт, чем обусловлено его появление именно в это время, каков его социальный смысл. При этом каждый нормативно-правовой акт должен быть рассмотрен не изолированно, а в рамках его системной связи с другими нормами права.

Следует обратить внимание на терминологию изучаемого источника, без знания которой невозможно усвоить ключевые положения изучаемой дисциплины. В этих целях, как показывает опыт, незаменимую помощь оказывают всевозможные юридические справочные издания, прежде всего, энциклопедического характера.

3. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов.

Успешное изучение дисциплины возможно только при правильной организации самостоятельной работы студентов. Обучающемуся следует, прежде всего, внимательно ознакомиться с содержанием рабочей программы курса.

В рамках самостоятельной подготовки должно быть особое внимание уделено работе с юридической литературой. Достаточно обратиться к перечню базовой и рекомендуемой литературы, приведенной в программе, чтобы понять, насколько огромна по своему объему и чрезвычайно разнообразна литература. Опубликованные работы написаны в различных жанрах, которые определяются тем, что они рассчитаны на различные по подготовке и интересам группы читателей (ими могут быть не только студенты, но и практики, научные работники), либо граждан, интересующихся правом независимо от своей профессии; предполагают передачу различного объема знаний; написаны в традиционной или критической манере.

Ввиду такого обилия информации и насыщенности книжного рынка, возникает необходимость в ходе самоподготовки осваивать методику поиска литературы и оценки содержащейся в ней информации.

Наиболее традиционными и привычными для российских студентов (да и преподавателей) являются следующие способы отыскания литературы: работа с библиографическими изданиями в библиотеках; изучение специальных выпусков отсылок к литературе, систематизированных по отраслям права, разделам, либо конкретным проблемам; использование библиотечных каталогов, которые в настоящее время представлены преимущественно в виде компьютерной информации.

Оценка информации в правовой литературе должна осуществляться, прежде всего, по критериям актуальности и соответствия суждений действующему законодательству и последним решениям высших судебных органов страны. В порядке совета можно выделить несколько способов оценки научного текста:

во-первых, определение предназначенности работы - полемическая, альтернативная, острокритическая, традиционная;

во-вторых, сопоставление даты издания книги или журнала и изменений в законе, учитывая тенденции развития;

в-третьих, сопоставление хотя бы нескольких литературных источников, с тем, чтобы действительно оценить полноту разработки предмета, уровень и объем проводимых соображений;

в-четвертых, консультирование с ведущим преподавателем по вопросам того или иного издания.

В ходе работы с литературой студент должен знакомиться с опубликованной и неопубликованной судебной практикой, составлять ее краткие обзоры и представлять на обсуждение на занятии либо на заседании научной студенческой конференции.

Важным моментом является также и то, чтобы самоподготовка студентов по определенной проблематике проводилась с учетом времени изучения данной темы по учебному плану.