

Общество с ограниченной ответственностью «ИВЦ 8 БИТ»  
Адрес: 353290, Краснодарский край, г. Горячий Ключ, пер. Пролетарский, д. 18А, кв. 20  
ИНН 2368016989 КПП 236801001

---

**УТВЕРЖДЕНО**  
**Приказом Генерального директора**  
**от 01.10.2023**

Твердохлеб В.Ю. /



**Дополнительная профессиональная программа  
повышения квалификации**

**«Специалист по маркировке рекламы»**

**Срок реализации образовательной программы:** 30 академических часов

**Категория обучающихся:** лица, от 18 лет без ограничений к состоянию здоровья, имеющие или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование

**Форма обучения:** заочная с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Горячий Ключ, 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка.....	3
2. Учебный план.....	7
3. Календарный учебный график.....	8
4. Рабочие программы учебных модулей .....	10
5. Организационно-педагогические условия реализации образовательной программы.....	13
6. Система оценки результатов освоения образовательной программы.....	14
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательной программы.....	16
8. Приложения	

## **1. Пояснительная записка**

### **1.1. Нормативно-правовые основания разработки программы**

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Специалист по маркировке рекламы» (далее - образовательная программа; программа) разработана на основе:

Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Постановления Правительства России от 18.09.2020 № 1490 «О лицензировании образовательной деятельности»;

Приказ Минтруда России от 12.04.2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;

Приказа Министерства образования и науки России от 1.07.2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от от 19.02.2019 № 95н «Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу"»;

Приказ Министерства образования и науки России от 8.06.2017 №512 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

### **1.2. Содержание Программы.**

Содержание Программы представлено в пояснительной записке, планируемых результатах освоения программы, учебном плане, календарном учебном графике, рабочих программах учебных дисциплин, организационно-педагогических и материально-технических условиях реализации программы, учебно-методических материалах, обеспечивающими реализацию программы, фонде оценочных средств.

### **1.3. Актуальность Программы.**

В современном информационном мире большая доля рекламы товаров и услуг приходится на различные социальные сети и иные Интернет-ресурсы. В связи с нововведениями в законодательстве о рекламе рынок труда столкнулся с потребностью в квалифицированных кадрах, которые обладают навыком маркировки рекламы. Данная образовательная программа создана с целью обучения и подготовки таких кадров, а как следствие, пополнения рынка конкурентоспособными сотрудниками.

### **1.4. Цели образовательной программы.**

Целью реализации программы повышения квалификации специалистов «Специалист по маркировке рекламы» является формирование у обучающихся навыков маркировки рекламы.

### **1.5. Задачи образовательной программы:**

- Сформировать умения отличать рекламу от иной информации;
- Сформировать навык маркировки рекламы;
- Сформировать навык подачи отчета по маркировке рекламы;
- Ознакомить с юридической ответственностью за нарушения законодательства в сфере рекламы;

- Сформировать устойчивый интерес к сфере интернет-маркетинга.

### **1.6. Общая характеристика приобретаемой квалификации.**

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации направлена на совершенствование и (или) формирование у слушателей новых компетенции в рамках профессионального стандарта 06.043 “Специалист по интернет-маркетингу” (утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н).

№ п/п	Содержание совершенствуемой или вновь формируемой компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
ПК-1	Способность проводить моделирование процессов и систем, направленных на привлечение покупателей
ПК-2	Способность оценивать факторы, влияющие на эффективность внедрения ИТ последующего развития цифрового маркетинга в условиях постоянно изменяющейся внешней среды;

**1.7. Категории обучающихся** - лица, от 18 лет без ограничений к состоянию здоровья, имеющие или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

**1.8. Форма обучения:** заочная с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

**Дистанционные образовательные технологии, используемые для организации учебного процесса:**

- кейс-технология (обучающимся предоставляются учебно-методические материалы для самостоятельного изучения);
- сетевой технологии (обучающимся предоставляется возможность выполнения и получения проверенных домашних работ через Интернет для осуществления текущего контроля знаний и контактов с преподавателем, а также возможность доступа к дополнительным образовательным услугам и ресурсам в электронной среде).

**1.9. Режим занятий:** 2-4 академических часа в день. Обучение по программе предусматривает следующие виды учебных занятий: теоретические занятия, самостоятельную работу. Часы самостоятельной работы используются для выполнения заданий, размещенных в системе дистанционного обучения. Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

**1.10. Продолжительность (трудоемкость) обучения:** Срок освоения программы составляет 2 недели (30 академических часов). Предусматривается возможность обучения по индивидуальному учебному плану (графику обучения) в пределах осваиваемой программы обучения с учетом выполнения заданий к каждому уроку (СТОП-уроки).

### 1.11. Планируемые результаты освоения программы

Изучение данной программы направлено на формирование у слушателей следующих профессиональных компетенций в соответствии с профессиональным стандартом "Специалист по интернет-маркетингу" (утв. Приказом Минтруда России от от 19.02.2019 N 95н):

№ п/п	Характеристики трудовой функции по профессиональному стандарту "Специалист по интернет-маркетингу"		Профессиональные компетенции по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	Умения	Знания
	Трудовые действия по трудовой функции: <i>Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</i>				
1.1	В/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы	Размещение текстовых рекламных объявлений в контекстно-медийной системе Размещение медийных рекламных объявлений в контекстно-медийной системе	ПК-1 Анализировать случаи, в которые необходимо маркировать в качестве рекламы	Использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; Контролировать места размещения контекстно-медийной рекламы.	Основы контекстно-медийной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; Системы размещения контекстно-медийной рекламы; Особенности размещения контекстно-медийных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы.
1	Трудовые действия по трудовой функции: <i>Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</i>				

2.1	С/03.4 Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-2 Маркировать контекстно-медийных объявлений в соответствии с законодательством “О рекламе”	Использовать рекламные возможности современных социальных медиа; Размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных медиа.	Функционирование современных социальных медиа; Рекламные возможности современных социальных медиа; Основы компьютерной грамотности; Методы обработки текстовой и графической информации
-----	---	---	---	--	--

Знать:

- Понятие и признаки рекламы, отличия информации от рекламы.
- Соотношение рекламы, саморекламы и не рекламы;
- Особенности привлечения к юридической ответственности за нарушения законодательства “О рекламе”;
- Элементы маркировки рекламы;
- Порядок работы с оператором рекламных данных (ОРД);
- Особенности маркировки отдельных видов постов и прямых эфиров;
- Порядок и срок сдачи отчета в ОРД.

Уметь:

- Заключать договор с ОРД и предоставлять необходимые данные;
- Маркировать информацию, являющуюся рекламой;
- Сдавать отчет в ОРД;
- Заключать договор на распространение рекламы.

## 2.1. Учебный план

№	Наименование дисциплин (модулей), тем	Общая трудоемкость, час	Всего часов			Форма контроля
			Теорет. занятия	Практич. работа	Самост. работа	
1	2	3	4	5	6	8
<b>1.</b>	<b><i>Что такое реклама?</i></b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>Зачет</b>
1.1	Понятие и признаки рекламы		4	-	2	
1.2	Какие требования предъявляет закон к рекламе		1	-	2	
<b>2.</b>	<b><i>Маркировка рекламы</i></b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>Зачет</b>
2.1	Элементы маркировки рекламы		1	-	1	
2.2	Как получить токен на креатив		1	-	1	
2.3	Размещаем маркировку на объявлениях разных форматов		3	-	1	
2.4	Как подать отчет в ОРД		1	-	1	
<b>3.</b>	<b><i>Юридические аспекты распространения интернет-рекламы</i></b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	
3.1	Ответственность за нарушение законодательства о маркировке рекламы		1	-	1	
3.2	Как заключать договор на распространение рекламы?		1	-	1	
<b>4.</b>	<b><i>Практика</i></b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>Зачет</b>
4.1	Регистрируем креатив и получаем токен		1	2	-	

4.2	Подаем отчет о размещенной рекламе		1	2	-	
	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>1</b>				<b>Тест</b>
	<b>ИТОГО:</b>					

№ п/п	Наименование учебных курсов, дисциплин (модулей)	Виды учебной нагрузки	1 нед.	2 нед.	Всего часов
1	2	3	4	5	
1.	Что такое реклама?	Теорет. занятия	5	-	
		Практика	-	-	
		Самост. работа	4	-	
2.	Маркировка рекламы	Теорет. занятия	2	4	
		Практика	-	-	
		Самост. работа	2	2	
3.	Юридические аспекты распространения интернет-рекламы	Теорет. занятия	-	2	
		Практика	-	-	
		Самост. работа	-	2	
4.	Практика	Теорет. занятия	-	2	
		Практика	-	4	
		Самост. работа	-	-	
	Итоговая аттестация			1	
	<b>Всего часов в неделю</b>		13	17	<b>30</b>

## 2.2. Календарный учебный график\*

\*Образовательной программой предусмотрена возможность обучения по индивидуально.

**2.3. Рабочие программы учебных модулей**  
(предметов, дисциплин, тем)

Наименование дисциплин, тем уроков	Содержание учебного материала	Объем часов (ак.ч.)
Модуль 1. Что такое реклама?	<p><b>Урок 1. Понятие и признаки рекламы.</b>  <b>Теоретическое занятие.</b>            Понятие и признаки рекламы. Отличия информации от рекламы. Продающий пост - реклама или нет. Законодательное понятие “определенный круг лиц” и описание целевой аудитории. Объявления в пабликах, анонсы мероприятий и sms-сообщения подпадают ли под определение “реклама”. Реклама в Инстаграм (- принадлежат Meta, признанной в РФ экстремистской, деятельность запрещена территории РФ).            Соотношение рекламы, саморекламы и не рекламы. Посты на собственных ресурсах, посвященные одному товару. Баннеры на собственном ресурсе.  <b>Самостоятельная работа.</b>            Изучение нормативно-правовых актов (Приложение №1). Прохождение тестирования (Приложение №2).</p>	ТЗ - 4 СР - 2
	<p><b>Урок 2. Какие требования предъявляет закон к рекламе</b>  <b>Теоретическое занятие.</b>            Юридическая ответственность за недобросовестную, недостоверную и запрещенную рекламу. Актуальность юридической ответственности за нарушение законодательства о рекламе. Ответственность за словесные и графические элементы в креативе. Возможность использования для рекламы фото в медицинском халате. Особенности рекламы розыгрышей.  <b>Самостоятельная работа.</b>            Изучение нормативно-правовых актов (Приложение №1). Прохождение тестирования (Приложение №2).</p>	ТЗ - 1 СР - 2
Модуль 2. Маркировка рекламы	<p><b>Урок 3. Элементы маркировки рекламы</b>  <b>Теоретическое занятие.</b>            Элементы маркировки рекламы. Понятие “токен”. Оператор рекламных данных.  <b>Самостоятельная работа.</b>            Изучение нормативно-правовых актов (Приложение №1). Прохождение тестирования (Приложение №2).</p>	ТЗ - 1 СР - 1

	<p><b>Урок 4. Как получить токен на креатив.</b>  <b>Теоретическое занятие.</b>          Порядок заключения договора с ОРД. Лицо, обязанное регистрировать креатив. Перечень данных, необходимых для предоставления в ОРД.  <b>Самостоятельная работа.</b>          Изучение нормативно-правовых актов (Приложение №1). Прохождение тестирования (Приложение №2).</p>	<p>ТЗ - 1          СР - 1</p>
	<p><b>Урок 5. Размещаем маркировку на объявлениях разных форматов</b>  <b>Теоретическое занятие.</b>          Маркировка креативов с кликабельными ссылками или без них. Маркировка прямого эфира с рекламными врезками, которая в последующем не публикуется. Законность размещения маркировку в выпадающем меню объявления.  <b>Самостоятельная работа.</b>          Изучение нормативно-правовых актов (Приложение №1). Прохождение тестирования (Приложение №2).</p>	<p>ТЗ - 3          СР - 1</p>
	<p><b>Урок 6. Как подать отчет в ОРД</b>  <b>Теоретическое занятие.</b>          Порядок и срок сдачи отчета в ОРД. Содержание и процесс заполнения отчета. Проведение разаллокаций по договорам.  <b>Самостоятельная работа.</b>          Изучение нормативно-правовых актов (Приложение №1). Прохождение тестирования (Приложение №2).</p>	<p>ТЗ - 1          СР - 1</p>
<p><b>Модуль 3.          Юридические аспекты распространения интернет-рекламы</b></p>	<p><b>Урок 7. Ответственность за нарушение законодательства о маркировке рекламы.</b>  <b>Теоретическое занятие.</b>          Санкции за нарушение законодательства о маркировке интернет-рекламы. Порядок прохождения проверки контролирующего органа. Отстаивание интересов в ходе административного расследования.  <b>Самостоятельная работа.</b>          Изучение нормативно-правовых актов (Приложение №1).</p>	<p>ТЗ - 1          СР - 1</p>
	<p><b>Урок 8. Как заключать договор на распространение рекламы?</b>  <b>Теоретическое занятие.</b>          Договор на распространение рекламы. Безвозмездное сотрудничество с контрагентами. Снижение налоговой базы рекламными агентами.  <b>Самостоятельная работа.</b>          Описать свой налоговый статус и виды договоров,</p>	<p>ТЗ - 1          СР - 1</p>

	которые можно заключать в сфере интернет-рекламы.	
<b>Модуль 4. Практика</b>	<p><b>Урок 9. Регистрируем креатив и получаем токен</b></p> <p><b>Теоретическое занятие.</b>          Поэтапный порядок по регистрации в ОРД.          Регистрация креатива.</p> <p><b>Практическая работа.</b>          1. Зарегистрировать креатив и представить отчет в виде скриншота.          2. Разместить маркировку на рекламной объявлении и предоставить отчет в виде скриншота</p>	<p>ТЗ - 1</p> <p>ПР - 2</p>
	<p><b>Урок 10. Подаем отчет о размещенной рекламе</b></p> <p><b>Практическая работа.</b>          Подать отчет о размещении рекламы, результаты выполнения задания прикрепите в виде скриншота.</p>	<p>ТЗ - 1</p> <p>ПР - 2</p>

## **5. Организационно-педагогические условия реализации образовательной программы**

### **5.1. Форма организации образовательной деятельности обучающихся**

Реализация образовательной программы осуществляется с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Теоретические занятия проводятся в виде предоставления обучающимся видеозаписей уроков, находящихся в личном кабинете на платформе «GetCourse» в электронном виде в формате mp4.

После уроков, обучающийся выполняет задание (самостоятельная работа) по теме соответствующего урока и присылает его в текстовом, а также в аудио- или видео-формате путем предоставления ответов в специальной форме с наименованием «отправить ответ». После отправки выполненного задания обучающемуся предоставляется доступ к следующему уроку.

Обучающиеся изучают теоретические занятия согласно календарному графику. Программа предусматривает возможность ее освоения по индивидуальному графику обучающегося. Для получения доступа к следующему по плану уроку, обучающийся должен выполнить обязательное задание (СТОП-урок).

Консультационная и информационная поддержка обучающихся осуществляется службой технической поддержки с помощью чата на платформе «GetCourse».

### **5.2. Материально-технические условия реализации программы**

Обучающийся осваивает образовательную программу полностью удаленно с использованием платформы «GetCourse», функциональность которой обеспечивается ООО «Система Геткурс», которое предоставило право использовать платформу ООО «ИВЦ 8 БИТ».

Каждому обучающемуся и педагогическому работнику, проверяющему самостоятельные работы, предоставляется доступ путем передачи на электронную почту логин и пароль к личному кабинету на платформе «GetCourse».

Рабочее место тьютора оборудовано персональным компьютером и компьютерной периферией (видеокамерой, микрофоном).

### **5.3. Кадровое обеспечение образовательной программы**

Педагогический состав, обеспечивающий обучение, должен соответствовать следующим минимальным требованиям:

- Высшее образование или среднее профессиональное образование в рамках укрупненных групп специальностей и направлений подготовки высшего образования и специальностей среднего профессионального образования "Образование и педагогические науки" или

- Высшее образование либо среднее профессиональное образование в рамках иных укрупненных групп специальностей и направлений подготовки высшего образования и специальностей среднего профессионального образования при условии его соответствия дополнительным общеразвивающим программам, дополнительным предпрофессиональным программам, реализуемым организацией, осуществляющей образовательную деятельность, и получение при необходимости после трудоустройства дополнительного профессионального образования педагогической направленности

или

- Успешное прохождение обучающимися промежуточной аттестации не менее чем за два года обучения по образовательным программам высшего образования по специальностям и направлениям подготовки, соответствующим направленности дополнительных общеобразовательных программ.

## **6. Система оценки результатов освоения образовательной программы**

### **6.1. Общие положения**

Оценка качества освоения слушателями настоящей дополнительной профессиональной программы повышения квалификации предполагает проведение текущего контроля, промежуточной аттестации и итоговой аттестации слушателей по контрольно-измерительным материалам, разработанным в ООО «ИВЦ 8 БИТ» в соответствии с заявленными целями и планируемыми результатами освоения программы.

Промежуточная аттестация и итоговая аттестация являются обязательными для слушателей, обучающихся по настоящей дополнительной профессиональной программе повышения квалификации.

Для обеспечения качества освоения слушателями настоящей дополнительной профессиональной программы повышения квалификации в рабочих программах дисциплин содержатся примеры фондов оценочных средств, основное назначение которых состоит:

- в управлении достижения цели реализации дополнительной профессиональной программы повышения квалификации (планируемых результатов её освоения);
- в оценивании учебных достижений слушателей по итогам изучения учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), а также в ходе итоговых аттестационных испытаний;
- в обеспечении соответствия результатов обучения задачам профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения.

При разработке фондов оценочных средств ООО «ИВЦ 8 БИТ» обеспечивает их соответствие:

- Федеральным государственным образовательным стандартам среднего профессионального образования и высшего образования;
- рабочим программам учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), разработанных в ООО «ИВЦ 8 БИТ»;
- образовательным технологиям, используемым при реализации соответствующих учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей).

Фонд оценочных средств ООО «ИВЦ 8 БИТ» по настоящей дополнительной профессиональной программеповышения квалификации включает в себя:

1. контрольно-измерительные материалы, представляющие собой тестовые задания из 4-10 вопросов с выбором единственного правильного ответа для промежуточной аттестации слушателей, осваивающих программу;
2. контрольно-измерительные материалы, представляющие собой кейс-ситуацию для создания и продвижения товара/услуги клиенту итоговой аттестации слушателей;
3. методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков, опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, запланированных как результаты обучения, в процессе освоения учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей).

### **6.2. Текущий контроль.**

Качество усвоения учебного материала контролируется преподавателем по темам путем проверки самостоятельных работ, выполненных обучающимся, по итогу освоения соответствующего модуля программы.

### **6.3. Промежуточный контроль.**

Промежуточный контроль предполагает собой решение тестовых заданий в каждом уроке соответствующего модуля.

Тестовые задания размещаются в соответствующих уроках в личном кабинете в закрытом разделе сайта “GetCourse” в формате теста, содержащего 4-10 вопросов с одним правильным из предложенного набора ответов.

Оценка ответов осуществляется в автоматическом режиме с помощью инструментов онлайн-платформы “GetCourse” предоставившего право использовать платформу ООО «ИВЦ 8 БИТ» для обучения.

Тест считается решенным успешно, в случае правильного выполнения 80% заданий.

Слушатель имеет неограниченное количество попыток пройти тест и исправить свои ошибки. Всего за курс слушателю нужно пройти 6 тестовых заданий (100%). В личном кабинете обучающийся сможет отслеживать собственный прогресс прохождения образовательной программы.

#### **6.4. Итоговая аттестация**

Обучение по программе завершается обязательным выполнением итоговой аттестационной работы. Сдача итоговой аттестационной работы входит в нормативный срок освоения образовательной программы.

Итоговая аттестация проводится в виде теста, состоящего из 10 вопросов с одним правильным ответом из предложенного набора ответов, вопросы которого охватывают весь пройденный обучающимся курс.

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл. Для прохождения итоговой аттестации обучающемуся необходимо набрать 8 баллов.

#### **Оценка качества освоения программы в рамках итоговой аттестации:**

По результатам итоговых аттестационных испытаний выставляются отметки по двухбалльной системе:

- отметка «зачтено» выставляется слушателю, показавшему частичное освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), предусмотренных программой, сформированность не в полной мере новых компетенций и профессиональных умений для осуществления профессиональной деятельности;

- отметка «незачтено» выставляется слушателю, не показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), предусмотренных программой, допустившему серьезные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не справившемуся с выполнением итоговой аттестационной работы.

#### **6.5. Результат обучения по образовательной программе.**

Слушателям, имеющим положительный результат по итоговой аттестационной работе, выдается удостоверение о повышении квалификации “Специалист по маркировке рекламы” в объеме 30 академических часов.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательной программы

Нормативно-правовые акты (Подготовлено при информационной поддержке СПС КонсультантПлюс):

1. "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 N 195-ФЗ // <http://www.consultant.ru>;
2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" // <https://www.consultant.ru>;
3. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" // <https://www.consultant.ru>;
4. Постановление Правительства РФ от 25.05.2022 N 948 (ред. от 20.12.2022) "Об утверждении критериев отнесения рекламодателей, рекламораспространителей, операторов рекламных систем, разместивших в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламу, направленную на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, к лицам, обязанным предоставлять информацию или обеспечивать предоставление информации о такой рекламе в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций" // <https://www.consultant.ru>;
5. Распоряжение Правительства РФ от 30.05.2022 N 1362-р <Об утверждении состава информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе, подлежащей учету, хранению и обработке Роскомнадзором> // <https://government.ru/docs/all/141233>;
6. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 N 5 "О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях" // <https://www.consultant.ru>;
7. Постановление Пленума ВАС от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" // <http://www.consultant.ru>;
8. Приказ Роскомнадзора от 30.11.2022 N 191 "Об утверждении Требований к идентификатору рекламы, его содержанию, порядка и сроков его присвоения, размещения при распространении рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", хранения и предоставления в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций" // <http://www.consultant.ru>;
9. Письмо Роскомнадзора от 14.11.2022 N 03-100982 "О рассмотрении обращения" // <http://www.consultant.ru>;
10. Письмо ФАС России от 3.08.2012 г. № АК/24981 // <https://www.consultant.ru>;
11. Письмо ФАС России от 24.12.2015 N ИА/74666/15 "О применении "четвертого антимонопольного пакета" // <https://www.consultant.ru>;
12. Письмо ФАС России от 20.06.2018 г. № АД/45557/18 "Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе" // <https://fas.gov.ru/documents/640008>;
13. Письмо ФАС России от 22.11.2021 N 08/98550/21 "Об информации на сайте" // <http://www.consultant.ru>;

14. Письмо ФАС России от 03.10.2022 N КТ/90922/22 // <http://www.consultant.ru>;
15. Информация ФАС от 21.11.2022 г. // <http://www.consultant.ru>;

Дополнительная литература:

1. Инструкция «5 шагов по учету интернет-рекламы»  
[https://rkn.gov.ru/docs/5\\_shagov\\_po\\_uchetu\\_internet-reklamy.pdf](https://rkn.gov.ru/docs/5_shagov_po_uchetu_internet-reklamy.pdf)
2. Как уже сейчас компании маркируют рекламу: реальные примеры в разных форматах  
[https://teletype.in/@urist\\_gerasimova/rPSAWBn69vq](https://teletype.in/@urist_gerasimova/rPSAWBn69vq)
3. Официальная позиция ФАС “Оо маркировке рекламы в Telegram”  
<https://fas.gov.ru/news/32226>
4. Постатейный комментарий к Федеральному закону от 13.03.2006 № 38-ФЗ “О рекламе”  
// [https://fas.gov.ru/pages/postateiny\\_kommentary#Art2](https://fas.gov.ru/pages/postateiny_kommentary#Art2);

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее сеть «Интернет»), рекомендованных для освоения программы:

1. Демо-версия ВК ОРД - <https://sandbox.ord.vk.com/>
2. Единый реестр интернет-рекламы - <https://erir.grfc.ru/>
3. Сервис ФНС по предоставлению сведений из ЕГРЮЛ/ЕГРИП в электронном виде  
<https://egrul.nalog.ru/index.html>
4. Список операторов рекламных данных - <https://rkn.gov.ru/register-ord/register/>
5. АРИР Справочник по маркировке интернет-рекламы [https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2023/10/ARIR23\\_RKN\\_october.pdf](https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2023/10/ARIR23_RKN_october.pdf)
6. АРИР Рекомендации по размещению маркировки [https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2022/11/arir22\\_ads\\_id\\_recommendations.pdf](https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2022/11/arir22_ads_id_recommendations.pdf)

Приложение №1  
к образовательной программе  
дополнительного профессионального образования  
повышения квалификации  
“Специалист по маркировке рекламы”

Перечень документов для самостоятельного изучения<sup>1</sup>  
(к Уроку №1 “ Понятие и признаки рекламы ”)

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" // <https://www.consultant.ru/>
2. Комментарий к ФЗ “О рекламе” // [https://fas.gov.ru/pages/postateiny\\_kommentary#Art2](https://fas.gov.ru/pages/postateiny_kommentary#Art2)
3. Распоряжение Правительства РФ от 30.05.2022 N 1362-р <Об утверждении состава информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе, подлежащей учету, хранению и обработке Роскомнадзором> // <http://government.ru/docs/all/141233/>
4. Письмо ФАС России от 20 июня 2018 г. № АД/45557/18 “Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе” // <https://fas.gov.ru/documents/640008>
5. Информация ФАС от 21.11.2022 г. // <https://www.consultant.ru>
6. Письмо ФАС России от 3 августа 2012 г. № АК/24981 // <https://www.consultant.ru>
7. Официальная позиция ФАС “Оо маркировке рекламы в Telegram” // <https://fas.gov.ru/news/32226>
8. Письмо ФАС России от 22.11.2021 N 08/98550/21 "Об информации на сайте" // <https://www.consultant.ru>
9. Письмо Роскомнадзора от 14.11.2022 N 03-100982 "О рассмотрении обращения" // <https://www.consultant.ru>

Перечень документов для самостоятельного изучения  
(к Уроку №2 “Какие требования предъявляет закон к рекламе”)

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" // <https://www.consultant.ru/>
2. Постановление Пленума ВАС от 08.10.2012 № 58 “О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона “О рекламе” // <https://www.consultant.ru>
3. Кодекс об административных правонарушениях (в части нарушения законодательства о рекламе // <https://www.consultant.ru>
4. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" // <https://www.consultant.ru>
5. Письмо ФАС России от 24.12.2015 N ИА/74666/15 "О применении "четвертого антимонопольного пакета" // <https://www.consultant.ru>

---

<sup>1</sup> Здесь и далее документы подготовлены с использованием СПС КонсультантПлюс.

Перечень документов для самостоятельного изучения  
(к Уроку №3 “Элементы маркировки рекламы”)

1. Список операторов рекламных данных <https://rkn.gov.ru/register-ord/register/>
2. Письмо ФАС России от 03.10.2022 N КТ/90922/22 // <https://www.consultant.ru>
3. АРИР Справочник по маркировке интернет-рекламы [https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2023/10/ARIR23\\_RKN\\_october.pdf](https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2023/10/ARIR23_RKN_october.pdf)

Перечень документов для самостоятельного изучения  
(к Уроку №4 “Как получить токен на креатив”)

1. Инструкция «5 шагов по учету интернет-рекламы» [https://rkn.gov.ru/docs/5\\_shagov\\_po\\_uchetu\\_internet-reklamy.pdf](https://rkn.gov.ru/docs/5_shagov_po_uchetu_internet-reklamy.pdf)
2. Актуальный список ОРД <https://rkn.gov.ru/register-ord/register/>
3. Распоряжение Правительства РФ от 30.05.2022 N 1362-р “Об утверждении состава информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети “Интернет” рекламе, подлежащей учету, хранению и обработке Роскомнадзором” [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_418094/53ef5c8964c692acf36dbc789f9d87302ab5dd8c/#dst100007](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_418094/53ef5c8964c692acf36dbc789f9d87302ab5dd8c/#dst100007)
4. АРИР Справочник по маркировке интернет-рекламы [https://drive.google.com/file/d/1EAZy7nZejk5EXZdnZhPYVDzr0KWY25EC/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1EAZy7nZejk5EXZdnZhPYVDzr0KWY25EC/view?usp=drive_link)

Перечень документов для самостоятельного изучения  
(к Уроку №5 “Размещаем маркировку на объявлениях разных форматов”)

1. Инструкция «5 шагов по учету интернет-рекламы» [https://rkn.gov.ru/docs/5\\_shagov\\_po\\_uchetu\\_internet-reklamy.pdf](https://rkn.gov.ru/docs/5_shagov_po_uchetu_internet-reklamy.pdf)
2. Приказ Роскомнадзора от 30.11.2022 N 191 “Об утверждении Требований к идентификатору рекламы, его содержанию, порядка и сроков его присвоения, размещения при распространении рекламы в информационно-телекоммуникационной сети “Интернет”, хранения и предоставления в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций” <https://www.consultant.ru>
3. Рекомендации по размещению маркировки [https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2022/11/arir22\\_ads\\_id\\_recommendations.pdf](https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2022/11/arir22_ads_id_recommendations.pdf)
4. АРИР Справочник по маркировке интернет-рекламы [https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2023/10/ARIR23\\_RKN\\_october.pdf](https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2023/10/ARIR23_RKN_october.pdf)
5. Как уже сейчас компании маркируют рекламу: реальные примеры в разных форматах [https://teletype.in/@urist\\_gerasimova/rPSAWBn69vq](https://teletype.in/@urist_gerasimova/rPSAWBn69vq)

Перечень документов для самостоятельного изучения  
(к Уроку №6 “ Размещаем маркировку на объявлениях разных форматов”)

1. Инструкция «5 шагов по учету интернет-рекламы»  
[https://rkn.gov.ru/docs/5\\_shagov\\_po\\_uchetu\\_internet-reklamy.pdf](https://rkn.gov.ru/docs/5_shagov_po_uchetu_internet-reklamy.pdf)
2. АРИР Справочник по маркировке интернет-рекламы [https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2023/10/ARIR23\\_RKN\\_october.pdf](https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2023/10/ARIR23_RKN_october.pdf)
3. Постановление Правительства РФ от 25.05.2022 N 948 (ред. от 20.12.2022) "Об утверждении критериев отнесения рекламодателей, рекламодателей, рекламодателей, операторов рекламных систем, разместивших в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламу, направленную на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, к лицам, обязанным предоставлять информацию или обеспечивать предоставление информации о такой рекламе в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций" <https://www.consultant.ru>
4. Распоряжение Правительства РФ от 30.05.2022 N 1362-р <Об утверждении состава информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе, подлежащей учету, хранению и обработке Роскомнадзором>  
<http://government.ru/docs/all/141233/>

Перечень документов для самостоятельного изучения  
(к Уроку №7 “ Ответственность за нарушение законодательства о маркировке рекламы”)

1. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 N 5 "О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях" <https://www.consultant.ru>