

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

гражданского права и гражданского процесса
протокол № 2 от «25» сентября 2017 года

к.ю.н., доцент  Федорчуков Я.Ф.

Вопросы к зачету

по дисциплине «**Правовое регулирование рекламной деятельности**»

для студентов очной формы обучения

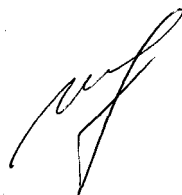
по направлению 040100 «Социология»

на 2017-2018 учебный год

1. Предмет и основные принципы правового регулирования рекламной деятельности.
2. Социальная значимость рекламы.
3. Реклама и общество.
4. Понятие и признаки рекламной информации.
5. Классификация рекламной информации.
6. Общие требования к рекламе.
7. Недобросовестная реклама.
8. Недостоверная реклама.
9. Реклама в средствах массовой информации.
10. Особенности рекламы отдельных видов товаров.
11. Социальная реклама.
12. Политическая реклама.
13. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы
14. Субъекты рекламной деятельности, их права и обязанности. Организационно-правовые формы субъектов рекламной деятельности
15. Контроль за соблюдением законодательства о рекламе..
16. Контрреклама.
17. Социальная реклама, регулирование
18. Политическая реклама, законодательное регулирование.
19. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах. Особенности правового регулирования отношений по производству, распространению и размещению в радиопрограммах.
20. Реклама в периодических печатных изданиях
21. Реклама в кино– и видеообслуживании
22. Наружная реклама. Особенности правового регулирования отношений по производству, распространению и размещению наружной рекламы.
23. Специальные требования к рекламе отдельных видов товаров и услуг.
24. Понятие и принципы гражданского права. Гражданско-правовые отношения в сфере рекламы.
25. Понятия договора, сделки. Правовое регулирование договоров в сфере рекламы
26. Порядок заключения, изменения, расторжения договоров

27. Обязательства в сфере рекламы.
28. Принципы и способы обеспечения исполнения обязательств
29. Ответственность за нарушение договорных обязательств
30. Классификация договоров. Договоры в сфере рекламы
31. Система государственного регулирования и контроля рекламной деятельности
32. Антимонопольные органы в регулировании рекламной деятельности
33. Судебные органы в регулировании рекламной деятельности
34. Понятие и принципы саморегулирования в рекламной деятельности.
35. Понятие и принципы авторского и смежного права.
36. Объекты и субъекты авторского права и смежных прав в рекламе
37. Ответственность за нарушение авторских и смежных прав
38. Понятие и виды юридической ответственности в сфере рекламы
39. Административная ответственность за правонарушения в сфере рекламы
40. Гражданско-правовая ответственность за правонарушения в сфере рекламы

Ст. преподаватель кафедры
гражданского права и гражданского процесса



И.И. Погорлецкая