Вопросы для проведения промежуточного контроля по дисциплине «Правовые основы рекламы и связей с общественностью»

1. Юридическое определение понятия «информация». Право на информацию и его юридические гарантии.

2. Основные принципы правового регулирования отношений в сфере информации и правовых отношений.

3. Понятие правового режима информации и его разновидности: режим свободного доступа, режим ограниченного доступа.

4. Сведения, не подлежащие отнесению к информации с ограниченным доступом.

5. Правовое регулирование отношений в сфере организации и деятельности СМИ.

6. Ответственность за нарушение законодательства о СМИ. Правовой статус журналиста.

7. Взаимодействие средств массовой информации с гражданами и организациями.

8. Предвыборная агитация: понятие, виды, правовые ограничения.

9. Правовая регламентация деятельности СМИ в избирательном процессе.

10. Ответственность субъектов предвыборной агитации.

11. Понятие конфиденциальной информации. Персональные данные и их защита.

12. Правовое регулирование информационных отношений в области коммерческой тайны.

13. Понятие государственной тайны, состав и принципы формирования сведений, подлежащих засекречиванию.

14. Правовое регулирование информационных отношений в области государственной тайны.

15. Права и обязанности органов государственной власти, иных государственных органов и органов местного самоуправления в отношении коммерческой тайны. Защита прав на коммерческую тайну.

16. Авторское право: понятие и признаки.

17. Субъекты и объекты авторского права.

18. Права авторов произведений литературы, науки и искусства. Срок действия авторского права.

19. Авторский договор: характеристика, классификация, элементы, содержание, прекращение, ответственность за нарушение.

20. Смежные права: понятие, функции и назначение. Защита авторских и смежных прав.

21. Понятие, принципы и структура фирменного наименования. Субъекты права на фирменное наименования и защита их прав.

22. Понятие и виды товарных знаков, знаков обслуживания и наименований мест происхождения товаров. Обозначения, не признаваемые таковыми.

23. Субъекты права на товарный знак, знак обслуживания и наименование места происхождения товара, содержание, защита и прекращение субъективных прав на них.

24. Правовое регулирование отношений в сфере рекламной деятельности.

25. Понятие рекламы и требования, предъявляемые к ней.

26. Правовое регулирование рекламы в телепрограммах и телепередачах.

27. Правовое регулирование рекламы в радиопрограммах и радиопередачах.

28. Правовое регулирование рекламы в периодических печатных изданиях.

29. Правовое регулирование рекламы, распространяемой при кино- и видеообслуживании.

30. Правовое регулирование рекламы, распространяемой по сетям электросвязи.

31. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и с их использованием: требования к размещению рекламы.

32. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.