Зачетные вопросы по дисциплине

«Правовые основы профессиональной деятельности» для обучающихся направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Реклама.

1. Предмет и основные принципы правовых основ регулирования рекламно- коммуникационной деятельности.

2. Гражданское, торговое и международное право и их роль в регулировании рекламно-коммуникационной деятельности.

3. Правовые основы и социальная значимость рекламы.

4. Государственное регулирование рекламной деятельности. Задачи и основные принципы.

5. Источники правового регулирования рекламной деятельности в России.

6. Федеральный закон РФ «О рекламе».

7. Правовая защита авторских прав. Ответственность за нарушение прав автора в рекламной деятельности.

8. Федеральный закон РФ «О защите конкуренции».

9. Законодательство, регулирующее рекламную деятельность в РФ. Гражданский кодекс РФ и Кодекс РФ «Об административных правонарушениях».

10. Недобросовестная конкуренция в сфере рекламно-коммуникационной деятельности и правовые способы борьбы с ней.

11. Правовые гарантии свободы конкуренции и ограничение монополизма в рекламной деятельности. Ненадлежащая реклама.

12. Недобросовестная и ненадлежащая реклама и правовые способы борьбы с ней. Контр-реклама.

13. Федеральный закон РФ «О защите прав потребителей» и его роль в рекламно-коммуникационной деятельности.

14. Права потребителей на добросовестную и правдивую информацию об изготовителе товара, о товаре, его качестве и безопасности. Ответственность за нарушение прав потребителей.

15. Особенности отдельных способов распространения рекламы, и их правовое регулирование.

16. Особенности рекламы отдельных товаров и видов деятельности с точки зрения правового регулирования.

17. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы.

18. Правовая охрана средств индивидуализации участников рекламной деятельности и производимых ими работ и услуг. Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров».

19. Особенности законодательства о рекламе за рубежом. Международный кодекс рекламной практики.

20. Участники рекламной деятельности и их правовое положение. Классификация и виды.

21. Коммерческие и некоммерческие организации. Хозяйственные товарищества и общества. Общественные и религиозные организации (объединения). Благотворительные и иные фонды и правовые формы их регулирования в сфере рекламно коммуникационной деятельности

22. Организационно-правовые формы юридических лиц в рекламной деятельности, их правовой статус.

23. Договоры в рекламной деятельности.

24. Понятие и виды договоров, применяемых в рекламной деятельности. Порядок их заключения.

25. Стороны договоров, применяемых в рекламной деятельности. Ответственность за неисполнение и ненадлежащее исполнение ими своих обязательств.

26. Правовая защита участников рекламной деятельности.

27. Государственный контроль в рекламной деятельности и органы его исполняющие.

28. Полномочия федерального антимонопольного органа по государственному контролю в области рекламной деятельности.

29. Полномочия региональных и муниципальных органов по контролю за рекламой.

30. Значение Федерального закона РФ «О средствах массовой информации» в регулировании рекламно-коммуникационной деятельности.

31. Органы саморегулирования в области рекламы. Формы их деятельности и полномочия.

32. Профессиональные кодексы этики, нравственные и социальные институты рекламной деятельности.

33. Российский кодекс практики рекламы и маркетинговых коммуникаций.

33. Роль региональных и муниципальных органов власти и управления в регулировании рекламно-коммуникационной деятельности.

34. Роль средств массовой информации в саморегулировании рекламной деятельности.

36. Гражданско-правовая и административная ответственность за нарушение законодательства о рекламе.