**Автономная некоммерческая организация**

**профессионального образования**

**«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

**(АНО ПО «ПГТК»)**



**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА**

**МДК 03.02 ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

для специальности

**42.02.01 Реклама**

(код и наименование специальности)

Квалификация выпускника

**Специалист по рекламе**

(базовая подготовка)

Форма обучения

**Очная**

**Пермь, 2022 г.**

Фонд оценочных средств междисциплинарного курса МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности составлен в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510).

ФОС предназначен для студентов и преподавателей АНО ПО «ПГТК».

Автор-составитель: Зыкова С.С., ст. преподаватель

Фонд оценочных средств междисциплинарного курса рассмотрен и одобрен на заседании кафедры общеобразовательных гуманитарных и социально-экономических дисциплин, протокол, № 2 от 10.02.2022

**Содержание ФОС УД**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| 1. Паспорт фонда оценочных средств |  |
| 1.1. Область применения фонда оценочных средств |  |
| 1.2. Организация текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения учебной дисциплины |  |
| 2. Контроль и оценка достижения запланированных результатов обучения |  |
| 2.1. Содержательно – компетентностная матрица оценочных средств текущего контроля |  |
| 2.2. Перечень вопросов и заданий для текущего контроля знаний |  |
| 2.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации |  |
| 2.4. Критерии оценивания ПА |  |
| 3. Рекомендуемая литература и иные источники |  |

##### 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

***1.1. Область применения фонда оценочных средств***

Фонд оценочных средств предназначен для оценивания достижений запланированных результатов по междисциплинарному курсу МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств (ФОС) представляет собой комплект материалов для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля.

Результаты обучения - это усвоенные знания и освоенные умения по дисциплине в целях овладения предусмотренных стандартом общих и профессиональных компетенций, а также для оценки достижения обучающимися личностных результатов.

##### *Фонд оценочных средств позволяет оценивать:*

**Формирование элементов общих компетенций (ОК):**

###### Общие компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

***Профессиональные компетенции (ПК):***

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

**Освоение умений и усвоение знаний**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь:**

* проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
* анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
* проводить сегментирование рынка;
* принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

* задачи, цели и общие требования к рекламе;
* основные направления рекламной деятельности;
* виды рекламной деятельности;
* структуру рекламного рынка.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен иметь практический опыт в:

* выявления требований целевых групп потребителей;
* разработки средств продвижения рекламного продукта;
* разработки маркетинговой части бизнес-плана.

***1.2. Организация текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения программы учебной дисциплины***

В период обучения по образовательной программе СПО осуществляется текущий контроль успеваемости студентов, промежуточная аттестация по учебным дисциплинам и МДК.

Текущий контроль осуществляется в пределах учебного времени, отведенного на учебную дисциплину, оценивается по пятибалльной шкале. Текущий контроль проводится с целью объективной оценки качества освоения программы дисциплины, а также стимулирования учебной деятельности студентов, подготовки к промежуточной аттестации и обеспечения максимальной эффективности учебного процесса. Для оценки качества подготовки используются различные формы и методы контроля. Текущий контроль междисциплинарного курса осуществляется в форме устного опроса; защиты практических заданий, реферата, творческих работ; выполнения контрольных и тестовых заданий; решения ситуационных задач и других форм контроля, предусмотренных программой МДК.

Промежуточная аттестация проводится в форме, предусмотренной планом учебного процесса: экзамена, дифференцированного зачета, зачета.

В период сложной санитарно-эпидемиологической обстановки или других ситуациях невозможности очного обучения и проведения аттестации студентов колледж реализует образовательные программы или их части с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в предусмотренных законодательством формах обучения или при их сочетании, при проведении учебных занятий, практик, текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся.

Форма промежуточной аттестации по МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности – дифференцированный зачет.

##### 2. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ МДК

##### 2.1. Содержательно-компетентностная матрица оценочных средств текущего контроля

##### В результате текущей аттестации по МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности осуществляется проверка сформированности умений и знаний, направленных на формирование соответствующих ФГОС СПО общих и профессиональных компетенций.

Контроль и оценка освоения междисциплинарного курса по темам (разделам)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Элемент учебной дисциплины** | **Формы и методы контроля** | | | |
| **Текущий контроль** | | **Промежуточная аттестация** | |
| Форма контроля | Проверяемые ОК, ПК | Форма контроля | Проверяемые ОК, ПК |
| Тема 1. Правовое регулирование экономических отношений на примере предпринимательской деятельности | Круглый стол с докладами и обсуждением | ОК1-ОК9  ПК3.1-ПК3.2 | Экзамен | ОК1-ОК9  ПК3.1-ПК3.2 |
| Тема 2. Трудовые правоотношения | Устный опрос, выполнение практических заданий | ОК1-ОК9  ПК3.1-ПК3.2 |
| Тема 3. Административные правонарушения и административная ответственность | Устный опрос, выполнение практических заданий | ОК1-ОК9  ПК3.1-ПК3.2 |
| Тема 4. Правовое регулирование  рекламной информации | Устный опрос, выполнение практических заданий | ОК1-ОК9  ПК3.1-ПК3.2 |
| Тема 5 Субъекты рекламной деятельности | Устный опрос, выполнение практических заданий | ОК1-ОК9  ПК3.1-ПК3.2 |
| Тема 6 Организация договорной работы в рекламной деятельности | Устный опрос, выполнение практических заданий | ОК1-ОК9  ПК3.1-ПК3.2 |
| Тема 7. Правила рекламирования отдельных видов товаров и услуг, предусмотренных в рекламном законодательстве | Устный опрос, выполнение практических заданий | ОК1-ОК9  ПК3.1-ПК3.2 |
| Тема 8. Система российского информационного права | Устный опрос, выполнение практических заданий | ОК1-ОК9  ПК3.1-ПК3.2 |
| Тема 9. Правовые средства индивидуализации и товарных знаков в рекламе | Устный опрос, выполнение практических заданий | ОК1-ОК9  ПК3.1-ПК3.2 |
| Тема 10. Правовые процедуры рассмотрения и разрешения споров в рекламе | Устный опрос, выполнение практических заданий | ОК1-ОК9  ПК3.1-ПК3.2 |

2

* 1. **Перечень вопросов и заданий для текущего контроля**

**Тема 1. Сущность и содержание маркетинга, его место в рекламной деятельности** (ОК1-ОК9; ПК3.1, ПК3.2**)**

**Форма:** Круглый стол с докладами и обсуждением.

**Вопросы для разбора в виде круглого стола:**

##### Понятие и признаки субъектов предпринимательской деятельности.

##### Виды субъектов предпринимательского права.

##### Формы собственности в РФ.

##### Правовой статус индивидуального предпринимателя.

##### Государственная регистрация.

##### Понятие юридического лица, его признаки.

##### Учредительные документы юридического лица.

##### Организационно-правовые формы юридических лиц их классификация.

##### Опишите порядок создания юридического лица? Каково значение государственной регистрации?

##### Что понимается под правоспособностью юридического лица? Чем общая правоспособность юридического лица отличается от правоспособности специальной?

##### Что такое лицензия? Что понимается под лицензированием? Приведите примеры видов предпринимательской деятельности, требующей лицензирования. В силу каких нормативных правовых актов возникает это требование?

##### Каковы способы возникновения и прекращения юридического лица?

##### Что понимается под ликвидацией юридических лиц? Перечислите и опишите основные этапы ликвидации юридического лица.

##### Перечислите особенности и преимущества акционерной формы предпринимательства.

##### Какие типы АО вы знаете? Назовите их отличительные черты.

##### Какая организация по действующему законодательству является некоммерческой?

##### В каких формах может осуществляться предпринимательская деятельность некоммерческих организаций?

##### Какие субъекты хозяйствования относятся к субъектам малого предпринимательства? В чем особенности правового статуса субъектов малого предпринимательства?

##### Кто может быть индивидуальным предпринимателем?

##### Что такое предпринимательская правоспособность гражданина? В какой момент она возникает?

##### Критерии оценивания:

##### «отлично» - за глубокое и полное овладение содержания учебного материала, в котором учащийся легко ориентируется понятийным аппаратом, умение связывать теорию с практикой, решать практические задачи, высказывать и обосновывать свои суждения. Отличная отметка предполагает грамотное, логическое изложение ответа (как в устной, так и в письменной форме), качественное внешнее оформление.

##### «хорошо» - если учащийся полно освоил учебный материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, осознанно применяет знания для решения практических задач, грамотно излагает ответ, но содержание, форма ответа, имеют неточности.

##### «удовлетворительно» - если учащийся обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических задач, не умеет доказательно обосновывать свои суждения.

##### «неудовлетворительно» - если учащийся имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделить главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал, не может применять знания для решения практических задач.

**Тема 2. Трудовые правоотношения** (ОК1-ОК9; ПК3.1, ПК3.2)

**Форма:** Устный опрос, выполнение практических заданий.

##### Общая характеристика законодательства РФ, о трудоустройстве и занятости населения.

##### Государственные органы занятости населения, их права и обязанности.

##### Понятие трудового договора, его значение.

##### Понятие рабочего времени, его виды.

##### Время отдыха.

##### Виды отпусков и порядок их предоставления.

##### Понятие и условия выплаты заработной платы.

##### Дисциплинарная и материальная ответственность.

##### Трудовые споры.

##### Задача 1.

##### Петрова работала продавцом-реализатором в торговом ларьке своего мужа - индивидуального предпринимателя. Какой договор в данном случае должен быть заключен с Петровой - трудовой или гражданско-правовой?

##### Задача 2.

##### Пенсионер по старости Волков обратился к администрации муниципального предприятия с просьбой принять его на постоянную работу сторожем. Администрация этого предприятия согласилась принять его на работу на один год, учитывая его пенсионный возраст. Имела ли право администрация заключить с Волковым срочный трудовой договор? В каких случаях может быть заключен срочный трудовой договор?

##### Задача 3.

##### Теплова была принята надомницей на швейную фабрику. При начислении заработной платы Теплова потребовала, чтобы зарплата была начислена также ее сестре и дочери, так как они помогали ей выполнить работу для фабрики. Администрация отказалась выполнить требования Тепловой. Обоснованы ли действия администрации? Кто является сторонами данного трудового договора?

##### Задача 4.

##### Совет директоров АО «Донтехмаш» принял решение о том, чтобы со всеми работниками этого акционерного общества трудовые договоры были заключены только сроком на один год с возможностью продления срока по усмотрению групп качества труда, созданных во всех структурных подразделениях АО по решению того же совета директоров. Дайте правовую оценку ситуации.

##### Задача 5.

##### Совет директоров АО «Донтехмаш» принял решение о том, чтобы со всеми работниками этого акционерного общества трудовые договоры были заключены только сроком на один год с возможностью продления срока по усмотрению групп качества труда, созданных во всех структурных подразделениях АО по решению того же совета директоров. Дайте правовую оценку ситуации.

##### Задача 6.

##### Директор ООО дал указание отделу кадров включать в трудовые договоры, заключаемые с лицами, вновь принимаемыми на работу, в качестве обязательных условия о сроке- не более одного года, о ненормированном рабочем дне, о запрете работы по совместительству без согласия работодателя. Проанализируйте предложенные работодателем условия трудового договора

##### Задача 7

##### Петров поступил на работу в ООО «Вега» в качестве охранника. С ним был заключен трудовой договор, согласно которого он обязан был приступить к работе с 11 октября. Направляясь на работу 11 октября Петров попал под машину и бал госпитализирован. После выздоровления Петров пришел на работу в ООО, однако ему сообщили, что трудовой договор с ним аннулирован и на его место принят другой работник. Петров обратился с иском в суд. Прав вы ли он? Какое решение примет суд и почему?

##### Задача 8

##### Семенова, работавшая по срочному трудовому договору в банке «Гарантия», обратилась к директору банка с заявлением о продлении с ней срочного трудового договора до наступления у нее отпуска по беременности и родам. Директор отказал Семеновой, сославшись на то, что срок договора истек, а в банке нет вакансий для ее трудоустройства.

##### Правомерны ли действия директора банка?

##### Задача 9

##### Старший продавец продовольственного отдела Матвеева 1 сентября подала заявление об увольнении по собственному желанию. Однако директор магазина отказался принять ее заявление, так как после прошедшей ревизии в отделе Матвеевой была обнаружена недостача и Матвеева, как материально ответственное лицо обязана ее оплатить. 11сентября Матвеева была уволена по п.7 ст.81 ТК РФ. Матвеева обратилась в суд с иском об изменении формулировки причины увольнения. Какое решение примет суд? Обоснованны ли действия директора магазина?

##### Задача 10.

##### Лаборант медицинского института Петров был уволен по п.3.ст.81 ТК РФ в связи с некачественным выполнением опытов. К тому же он не имел высшего медицинского образования. Петров не соглашаясь со своим увольнением, обратился в суд с иском о восстановлении на работе, считая, что опыты, проведенные им оказались не качественными из-за плохих реактивов. Что касается образования, то он является студентом вечернего отделения медицинского института и через год получит диплом. Какое решение вынесет суд? Каков порядок увольнения п.3 (б) ст.81ТК РФ?

##### Задача 11

##### Кладовщик склада строительных материалов Семенов вынес со склада два килограмма гвоздей и литр олифы, за что был задержан вневедомственной охраной. Начальник вневедомственной охраны составил протокол, в котором был зафиксирован факт хищения чужого имущества. Уголовное дело в отношении Семенова было прекращено в связи с тем, что хищение было мелким. Администрация же издала приказ об увольнении Семенова по п.6 (г) ст.81 ТК РФ за хищение чужого имущества. Семенов подал иск в суд о восстановлении на работе, считая, что он освобожден от уголовного наказания и поэтому администрация не имела права его уволить. Кто прав в этом споре? Какое решение должен вынести суд?

##### Задача 12

##### Фирмой «СИ ЭМ ЭС» был уволен работник Николаев по основанию, предусмотренному п.1. ст.77 ТК РФ (ст.78)- по соглашению сторон. Основание расторжения трудового договора послужило соглашение сторон, подписанное работником и работодателем, согласно которому договор с Н. подлежит прекращению с 1 октября 2003г. До истечения срока действия трудового договора работодатель принял на себя обязательства о предоставлении работнику двух рекомендательных писем. 2 октября Николаев был уволен. Однако работодатель не выполнил в полной мере своих обязательств и не предоставил работнику рекомендательных писем. Николаев обратился в суд с иском о восстановлении на работе. Обоснованно ли увольнение Николаева и почему?

##### Критерии оценивания:

**«отлично»** изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно использует профессиональную терминологию. В практическом задании оценивается: оригинальность замысла, творческий подход, взаимосвязь деталей, ритм, умение пользоваться техническими средствами, применение специальных программ.

**«хорошо»** изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет. Демонстрирует практические умения, удовлетворяющие тем же требованиям, что и для оценки «отлично» допуская при этом единичные негрубые ошибки, которые может исправить самостоятельно после замечания преподавателя.

**«удовлетворительно» -** обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных темой. Затрудняется обосновать свои действия при выполнение практического задания.

**«неудовлетворительно» -** обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных темой заданий. Допускает грубые ошибки при выполнение практического задания, или не справляется с выполнением задания.

**Тема 3. Административные правонарушения и административная ответственность** (ОК1-ОК9; ПК3.1, ПК3.2)

**Форма:** Устный опрос,выполнение практических заданий.

**Вопросы для контроля:**

##### Понятие административной ответственности, ее цели, функции и признаки.

##### Основания административной ответственности.

##### Понятие и виды административных правонарушений.

##### Понятие и виды административных наказаний.

##### Выполнение практических заданий:

##### Задание 1.

##### В региональной газете была опубликована реклама, выполненная в виде сравнения двух конкретных конкурирующих на рынке моделей одного и того же товара. В рекламе утверждалось, что искусственное занижение цены технического обслуживания модели-конкурента неминуемо отразится на качестве его ремонта и ускорит износ товара при эксплуатации. Организация, осуществляющая на региональном рынке продажу и обслуживание товара-конкурента, обратилась в арбитражный суд с иском к газете о публичном опровержении рекламы. К исковому заявлению прилагались документы, подтверждающие неправильный характер. В какой части был нарушен закон «О рекламе»?

##### Задание 2.

##### Торговая организация, реализующая компьютеры, использовала в стационарной наружной рекламе фразу: «В моей школе у многих ребят есть компьютер». Антимонопольный орган обратился в арбитражный суд с требованием о признании Данной рекламы недопустимой. В какой части в данном случае нарушено рекламное законодательство? Ответ обоснуйте

##### Задание 3.

##### Юридическое лицо, занимающееся реализацией колбасных изделий, разместило на боковой поверхности транспортных средств, перевозящих данные изделия, информацию, содержащую название данного торгового предприятия, его адрес и контактные телефоны. Антимонопольный орган увидел в действиях организации нарушение рекламного законодательства. Торговая организация с этим не согласилась и обратилась в суд.

##### Есть ли в данном случае нарушение закона? Ответ обоснуйте.

##### Критерии оценивания:

##### «отлично» изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно использует профессиональную терминологию. В практическом задании оценивается: оригинальность замысла, творческий подход, взаимосвязь деталей, ритм, умение пользоваться техническими средствами.

##### «хорошо» изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет. Демонстрирует практические умения, удовлетворяющие тем же требованиям, что и для оценки «отлично» допуская при этом единичные негрубые ошибки, которые может исправить самостоятельно после замечания преподавателя.

##### «удовлетворительно» - обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных темой. Затрудняется обосновать свои действия при выполнение практического задания.

##### «неудовлетворительно» - обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных темой заданий. Допускает грубые ошибки при выполнение практического задания, или не справляется с выполнением задания.

**Тема 4. Правовое регулирование рекламной информации.** (ОК1-ОК9; ПК3.1, ПК3.2)

**Форма:** Устный опрос,выполнение практических заданий (упражнений) в программе.

**Вопросы для контроля:**

##### Понятие рекламного права.

##### Принципы рекламного права.

##### Функциями рекламного права.

##### Предмет правового регулирования рекламной деятельности.

##### Задачи и значение правового регулирования рекламной деятельности».

##### Правовое понятие и признаки рекламной информации.

##### Правовая классификация рекламной информации: на аудиторию, по территории распространения, по целевому назначению.

##### Общие и специальные требования к рекламе, закрепленные в рекламном законодательстве.

##### Выполнение практических заданий (упражнений):

##### Правовая характеристика рекламной информации.

##### Работа с законами, регламентирующими государственное управление в сфере массовой информации.

##### Рубежное тестирование

##### 1.Административное принуждение как метод государственного управления:

##### всегда осуществляется в рамках служебного подчинения;

##### а) Всегда осуществляется вне рамок служебного подчинения\*;

##### б) Может осуществляться как в рамках служебного подчинения, так и вне этих рамок.

##### в) Нет верного ответа

##### г) Все варианты верны

##### 2.Сущностью принуждения является

##### а) осуществление принуждения в связи с неправомерным, вредным для общества деянием

##### как реакции на противоправное поведение;

##### б) применение правового принуждения только к конкретным субъектам права, которые

##### нарушили юридические нормы\*

##### в) осуществление правового принуждения посредством юрисдикционных,

##### правоприменительных актов;

##### г) осуществление применение воспитательных и карательных мер к субъектам

##### административного права.

##### 3.Административное принуждение - это

##### а) метод государственного управления;

##### б) способ обеспечения правопорядка, который применяется только к конкретным

##### субъектам права в связи с их неправомерными действиями, путем принятия актов

##### применения права;\*

##### в) способ обеспечения правопорядка, который должен применяться строго на правовой

##### основе, специально уполномоченными государственными органами;

##### г) регулятивные административно-правовые отношения;

##### 4.Видами административного принуждения являются меры

##### а) административного предупреждения\*

##### б) пресечения;

##### в) наказания;

##### г) поощрения;

##### 5.Административно-предупредительные меры принуждения

##### а) установление административного надзора за лицами, освобожденными из мест лишения

##### свободы

##### б) дисквалификация;

##### в) административная ответственность;

##### г) вынесение предупреждения\*

##### 6.Административно - пресекательные меры принуждения

##### а) выговор;

##### б) применение физической силы, специальных средств и оружия;

##### в) досмотр багажа, груза и личный досмотр авиапассажиров;

##### г) привод\*

##### 7.Меры обеспечения производства по делам об административных правонарушениях

##### а) предупреждение;

##### б) административный арест\*

##### в) привод;

##### г) доставление;

##### 8.Виды мер административного предупреждения

##### а) введение карантина\*

##### б) доставление правонарушителя;

##### в) применение физического воздействия;

##### г) применение огнестрельного оружия;

##### 9.Перечень видов административных наказаний:

##### а) устанавливается только на федеральном уровне;

##### б) устанавливается как на федеральном, так и на региональном уровне (уровне субъектов

##### РФ);

##### в) устанавливается на федеральном и региональном уровне, но может быть дополнен и органами местного самоуправления, если такая компетенция закреплена за ними законом соответствующего субъекта РФ.\*

##### г) все ответы верны

##### 11)По достижению какого возраста гражданин может быть привлечен к

##### административной ответственности:

##### а) 14 лет;

##### б) 16 лет;

##### в) 16 лет, но по некоторым видам правонарушений – с 14 лет\*

##### г) 18 лет;

##### 12) Юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения:

##### а) если будет доказана вина конкретного должностного лица (сотрудника) этого юридического лица;

##### б) если будет установлено, и что у юридического лица имелась возможность для соблюдения норм и правил, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность и при этом доказана вина конкретного сотрудника, действием или бездействием которого были нарушены эти нормы и правила;

##### в) если будет установлено, и что у юридического лица имелась возможность для соблюдения норм и правил, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по соблюдению этих норм и правил (вину конкретных сотрудников устанавливать не нужно)\*

##### г) все варианты верны

##### 13) По общему правилу к какой категории субъектов административной ответственности КоАП РФ относит лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица:

##### а) к категории физических лиц;

##### б) к категории юридических лиц;

##### в) к категории должностных лиц\*

##### г) КоАП РФ выделяет их в особую самостоятельную группу субъектов.

##### 14) Что из нижеизложенного не относится к видам административных наказаний:

##### а) возмездное изъятие орудия совершения административного правонарушения;

##### б) возмездное изъятие предмета административного правонарушения;

##### в) исправительные работы;

##### г) дисквалификация\*

##### 15) Какой вид административного наказания не может применяться в отношении юридического лица:

##### а) возмездное изъятие орудия совершения или предмета административного правонарушения;

##### б) конфискация орудия совершения или предмета административного правонарушения;

##### в) лишение специального права;

##### г) все эти виды административных наказаний могут применяться как к физическим, так и юридическим лицам\*

##### 16) Какое административное наказание не относится к категории основных (т.е. может быть назначено в дополнение к другим видам административных наказаний):

##### а) лишение специального права;

##### б) административный арест;

##### в) дисквалификация;

##### г) все вышеперечисленное относится к категории основных административных наказаний\*

##### 18) По общему правилу срок давности назначения административного наказания составляет:

##### а) два месяца со дня совершения (обнаружения) правонарушения\*

##### б) один месяц со дня совершения (обнаружения) правонарушения;

##### в) шесть месяцев со дня совершения, а для длящихся проступков – со дня их обнаружения

##### г) все варианты возможны.

##### 19) Срок, в течение которого лицо считается подвергнутым административному наказанию:

##### а) до момента исполнения постановления о назначении административного наказания;

##### б) один год с момента совершения (обнаружения) правонарушения;

##### в) один год с момента вынесения постановления о назначении административного наказания\*

##### г) один год с момента окончания исполнения постановления о назначении административного наказания.

##### 20) Существует ли какой-либо срок давности приведения к исполнению постановления о

##### назначении административного наказания:

##### а) да, существует: один месяц;

##### б) да, существует: шесть месяцев;

##### в) да, существует: один год\*

##### г) да, существует: три года;

##### 21) К мерам административного принуждения относятся:

##### а) меры административно-правового предостережения;

##### б) меры административного пресечения;

##### в) меры дисциплинарного взыскания\*

##### г) все варианты верны

##### 22) Применение физической силы, специальных средств, оружия относится к мерам:

##### а) административного пресечения\*

##### б) административного предупреждения;

##### в) административной ответственности.

##### г) все варианты верны

##### 23) Административная ответственность за правонарушения устанавливается:

##### а) Кодексом РФ об административных правонарушениях\*

##### б) законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях;

##### в) Кодексом РФ и законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

##### г) все варианты верны

##### 24) Постановление о наложении административного взыскания может быть обжаловано в течение:

##### а) 2 месяцев;

##### б) 3 месяцев;

##### в) 1 месяца;

##### г) 10 дней\*

##### 25) Более строгим наказанием за административный проступок является:

##### а) предупреждение;

##### б) административный арест\*

##### в) административный арест и предупреждение равносильны в системе административных взысканий.

##### г) все варианты верны

##### Критерии оценивания:

##### «отлично» изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно использует профессиональную терминологию. В практическом задании оценивается: оригинальность замысла, творческий подход, взаимосвязь деталей, ритм, умение пользоваться техническими средствами.

##### «хорошо» изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет. Демонстрирует практические умения, удовлетворяющие тем же требованиям, что и для оценки «отлично» допуская при этом единичные негрубые ошибки, которые может исправить самостоятельно после замечания преподавателя.

##### «удовлетворительно» - обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных темой. Затрудняется обосновать свои действия при выполнение практического задания.

##### «неудовлетворительно» - обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных темой заданий. Допускает грубые ошибки при выполнение практического задания, или не справляется с выполнением задания.

**Критерии оценки:**

оценка «отлично» выставляется студенту, если он дал 90-100% правильных ответов;

оценка «хорошо» - 70-80% правильных ответов;

оценка «удовлетворительно» - 50-60% правильных ответов;

оценка «неудовлетворительно» - менее 50 % правильных ответов.

**Тема 5 Субъекты рекламной деятельности** (ОК1-ОК9; ПК3.1, ПК3.2)

**Форма:** Устный опрос,выполнение практических заданий (упражнений) в программе.

**Вопросы для контроля:**

##### Правовой статус субъектов рекламной деятельности.

##### Рекламодатели, рекламопроизводители, рекламораспространители.

##### Потребители рекламы, спонсоры.

##### Антимонопольные органы.

##### Права и обязанности субъектов рекламной деятельности.

##### Государственный контроль в сфере рекламы.

##### Выполнение практических заданий (упражнений): защита презентации по темам:

##### Особенности правовых статусов субъектов рекламной деятельности.

##### Определение рекламы, как категории права и ее отличия от иной информации.

##### Спонсорская реклама и особенности ее распространения

##### Определение участников рекламной деятельности.

##### Социальная реклама и ее правовое регулирование

##### Работа с сайтом Федеральной антимонопольной службой России.

##### Основные положения Федерального закона РФ «О защите прав потребителей» в регулировании рекламной деятельности, его цель и задачи.

##### Положения о защиты прав потребителей от недобросовестной рекламы.

##### В чем сущность государственной и общественной защиты прав потребителей на добросовестную, правдивую и надлежащую рекламу.

##### Понятие контррекламы.

##### Понятие сертификации продукции и услуг.

##### Критерии оценивания:

##### «отлично» изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно использует профессиональную терминологию. В практическом задании оценивается: оригинальность замысла, творческий подход, взаимосвязь деталей, ритм, умение пользоваться техническими средствами.

##### «хорошо» изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет. Демонстрирует практические умения, удовлетворяющие тем же требованиям, что и для оценки «отлично» допуская при этом единичные негрубые ошибки, которые может исправить самостоятельно после замечания преподавателя.

##### «удовлетворительно» - обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных темой. Затрудняется обосновать свои действия при выполнение практического задания.

##### «неудовлетворительно» - обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных темой заданий. Допускает грубые ошибки при выполнение практического задания, или не справляется с выполнением задания.

**Тема 6 Организация договорной работы в рекламной деятельности** (ОК1-ОК9; ПК3.1, ПК3.2)

**Форма:** Устный опрос,выполнение практических заданий (упражнений) в программе.

**Вопросы для контроля:**

##### Договоры в сфере рекламы.

##### Содержание договора, договорные условия, правила их соблюдения, порядок заключения договора.

##### Порядок и значение хозяйственного договора.

##### Форма хозяйственного договора.

##### Договор купли-продажи.

##### Договор поставки.

##### Транспортные договоры.

##### Договоры оказания возмездных услуг.

##### Договоры о совместной деятельности.

##### Организация договорной работы в организации.

##### Выполнение практических заданий (упражнений):

##### Задание 1

##### Составить и разобрать основные моменты по договору оказания возмездных услуг.

##### Составить и разобрать основные моменты по договору купли-продажи.

##### Составить и разобрать основные моменты по договору между рекламодателем и рекламным агентством, возможности урегулирования возникающих разногласий или недоразумений, особенно при проведении сложной творческой работы, необходимо заключать договор (или аналогичный документ).

##### Составить и разобрать агентский рекламный договор, договоры об использовании имущества для размещения рекламы.

##### Составить и разобрать спонсорский договор.

##### Составить и разобрать договор о размещении рекламы в художественном произведении, договор на проведение рекламной кампании и т.д.

##### Критерии оценивания:

##### «отлично» изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно использует профессиональную терминологию. В практическом задании оценивается: оригинальность замысла, творческий подход, взаимосвязь деталей, ритм, умение пользоваться техническими средствами.

##### «хорошо» изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет. Демонстрирует практические умения, удовлетворяющие тем же требованиям, что и для оценки «отлично» допуская при этом единичные негрубые ошибки, которые может исправить самостоятельно после замечания преподавателя.

##### «удовлетворительно» - обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных темой. Затрудняется обосновать свои действия при выполнение практического задания.

##### «неудовлетворительно» - обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных темой заданий. Допускает грубые ошибки при выполнение практического задания, или не справляется с выполнением задания.

**Тема 7. Правила рекламирования отдельных видов товаров и услуг, предусмотренных в рекламном законодательстве** (ОК1-ОК9; ПК3.1, ПК3.2)

**Форма:** Устный опрос,выполнение практических заданий (упражнений) в программе.

**Вопросы для контроля:**

##### Реклама алкогольной продукции.

##### Реклама пива.

##### Реклама табачных изделий и курительных принадлежностей.

##### Реклама лекарственных средств.

##### Реклама биологически активных добавок, пищевых добавок, продуктов детского питания.

##### Реклама продукции военного назначения и оружия.

##### Реклама товаров при дистанционном способе продажи.

##### Реклама о проведении стимулирующих мероприятий.

##### Особенности рекламы, основанной на риске игр, пари.

##### Реклама финансовых услуг.

##### Реклама ценных бумаг.

##### Реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением.

##### Рекламные конструкции.

##### Выполнение практических заданий (упражнений):

##### Правовые требования для рекламы отдельных видов товаров и услуг. Разработка стимулирующего мероприятия, учитывая требования закона «О рекламе».

##### Задание 1.

##### При трансляции в прямом эфире чемпионата Европы по фигурному катанию выступление было прервано рекламой спонсора, в лице которого выступал известный товаропроизводитель безалкогольных газированных напитков. При возобновлении показа выступала уже другая пара. Антимонопольный орган увидел в действиях организации (телеканала) нарушение рекламного законодательства. Телеканал сослался на тот факт, что по ходу соревнований перерывов не было, а общая продолжительность рекламы не превысила 20 % от времени трансляции. Есть ли в данном случае нарушение законодательства? Ответ обоснуйте.

##### Задача 4.В телевизионной рекламе газированной воды героиня рекламного ролика – девочка 13–15 лет – разбивает витрину магазина, чтобы достать заветную банку напитка и спастись от мучившей ее жажды. Соответствует ли закону содержание данной рекламы? Какая ответственность предусмотрена законом в случае законодательства о рекламе? Какие органы и в каком порядке привлекают правонарушителя к ответственности? Кто должен понести ответственность в данной ситуации? Каковы ограничения на использование в рекламе образов несовершеннолетних?

##### Задача 5 По телевидению транслировались гонки «Формула-1». Пилоты были одеты в костюмы с изображением торговой марки известных сигарет. Кроме того, на транспарантах-перетяжках, попадающих в кадр, также демонстрировалась данная торговая марка. Является ли демонстрация торговой марки рекламой сигарет? Что такое торговая марка? Нарушены ли в данном случае требования Закона о рекламе? Каковы правила закона, установленные для рекламы табака и табачных изделий, рекламы при трансляции спортивного соревнования?

##### Тестовая часть:

##### 1.Разрешение на установку рекламной конструкции может быть признано недействительным в случаях:

##### А) обнаружения несоответствия рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента

##### Б) размещения рекламы табака или алкоголя

##### В) нарушения законодательства об охране памятников

##### Г) нарушения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселения или городского округа

##### Д) нарушения требований пожарной безопасности

##### 2.Особенности рекламы каких товаров установлены главой 3 федерального закона «О рекламе»?

##### А) детского питания

##### Б) оружия

##### В) парфюмерии и косметики

##### Г) мясных продуктов

##### Д) мобильных телефонов

##### 3.Особенности рекламы каких услуг установлены главой 3 федерального закона «О рекламе»?

##### А) услуг по перевозке грузов

##### Б) бытовых услуг

##### В) страховых услуг

##### Г) услуг по заключению договоров ренты

##### Д) туристических услуг

##### 4.Реклама каких товаров и услуг запрещена с использованием наружных рекламных конструкций?

##### А) алкогольная продукция

##### Б) пиво

##### В) табак

##### Г) лекарственные средства

##### Д) основанные на риске игры, пари

##### 5.В рекламе каких товаров и услуг запрещено использование образов людей и животных?

##### А) алкогольная продукция

##### Б) пиво и напитки, изготавливаемые на его основе

##### В) табак

##### Г) лекарственные средства

##### Д) основанные на риске игры, пари

##### 6.Укажите орган власти, осуществляющий государственный контроль за соблюдением законодательства о рекламе:

##### А) Федеральная антимонопольная служба

##### Б) Министерство по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства

##### В) Министерство экономического развития и торговли

##### 7.Укажите права контролирующего органа в сфере рекламы?

##### А) выдавать органам исполнительной власти обязательные для исполнения предписания об отмене актов, изданных ими и противоречащих законодательству РФ о рекламе

##### Б) предъявлять в арбитражный суд иски о публичном опровержении недостоверной рекламы (контррекламе)

##### В) аннулировать разрешение на установку рекламной конструкции

##### Г) принять решение о ликвидации организации, нарушающей законодательство о рекламе

##### Д) применять уголовную ответственность в отношении нарушителей законодательства о рекламе

##### Нарушение порядка прерывания рекламой теле - или радиопрограммы, теле – или радиопередачи либо совмещения рекламы с телепрограммой, превышение допустимого законодательством о рекламе объема рекламы в теле – или радиопрограммах, а равно распространение рекламы в теле - или радиопрограммах в дни траура, объявленные в Российской Федерации, влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере:

##### А) от 40000 руб. до 500000 руб.

##### Б) от 200000 руб. до 500000 руб.

##### В) от 100000 руб. до 500000 руб.

##### Критерии оценивания:

##### «отлично» изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно использует профессиональную терминологию. В практическом задании оценивается: оригинальность замысла, творческий подход, взаимосвязь деталей, ритм, умение пользоваться техническими средствами.

##### «хорошо» изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет. Демонстрирует практические умения, удовлетворяющие тем же требованиям, что и для оценки «отлично» допуская при этом единичные негрубые ошибки, которые может исправить самостоятельно после замечания преподавателя.

##### «удовлетворительно» - обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных темой. Затрудняется обосновать свои действия при выполнение практического задания.

##### «неудовлетворительно» - обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных темой заданий. Допускает грубые ошибки при выполнение практического задания, или не справляется с выполнением задания.

##### Критерии оценивания теста:

##### «5» - получают учащиеся в том случае, если верные ответы составляют от 80% до 100% от общего количества

##### «4» - ставится в том случае, если верные ответы составляют от 71 до 79% от общего количества;

##### «3» - соответствует работа, содержащая 50 – 70 % правильных ответов;

##### «2» - соответствует работа, содержащая менее 50% правильных ответов

**Тема 8. Система российского информационного права** (ОК1-ОК9; ПК3.1, ПК3.2)

**Форма:** Устный опрос,выполнение практических заданий (упражнений) в программе.

**Вопросы для контроля:**

##### Конституционное право граждан на информацию.

##### Свобода слова и право на информацию. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации».

##### Закон РФ «О средствах массовой информации».

##### Система государственного управления в сфере массовой информации.

##### Федеральная государственная политика в отношении СМИ.

##### Взаимоотношения законодательных исполнительных, судебных органов власти и средств массовой информации.

##### Понятие авторского права.

##### Классификация авторских прав. Использование произведения.

##### Защита авторских и смежных прав.

##### Права на распространение авторского произведения.

##### Ответственность изготовителя и распространителя.

##### Коммерческое распространение массовой информации.

##### Выполнение практических заданий (упражнений):

##### Работа с законами, регламентирующими государственное управление в сфере массовой информации.

##### Кейс «Понятие авторского права»

##### Задача 1. Гражданин Угрюмов в 1984 году передал в научную организацию рукопись с описанием технического решения для включения в план научной работы организации и последующего получения патента на изобретение. Руководитель данного направления Порфирьев поставил на рукописи отрицательную резолюцию, и в план работы она так и не была включена. Угрюмов в 2011 году обратился в суд с иском к организации об отзыве данной рукописи. В ходе судебного заседания выяснилось, что научная организация ликвидирована, тогда Угрюмов указал в качестве ответчика Порфирьева, пояснив, что именно ему он передавал рукопись. Порфирьев иск не признал и заявил о применении сроков исковой давности и о том, что у него нет этой рукописи. Угрюмов против применения исковой давности возражал, указывая, что он просит о защите неимущественных прав, а к таким требованиям сроки исковой давности применению не подлежат. Дайте правовую оценку ситуации. Какое решение должен принять суд?

##### Задача 2. Студент Нерадивый приобрел у студента Корыстного дипломную работу, уплатив вознаграждение в сумме 50 000 рублей. Подписав данную работу своим именем, Нерадивый сдал ее для защиты и направил на конкурс. Дипломная работа была признана лучшей, и Нерадивый получил вознаграждение в сумме 150 000 рублей. Узнав об этом, Корыстный обратился к Нерадивому с требованием отдать деньги, полученные за победу в конкурсе. Оцените ситуацию с точки зрения гражданского права.

##### Задача 3. Режиссер Селиванов на подмостках Театра нестандартного подхода поставил «Гамлета». Как позднее выяснилось, все режиссерские решения в данной постановке копировали известную постановку режиссера Сурового. Суровый, ссылаясь на нарушение своих авторских прав, обратился в суд с требованием о прекращении представлений и о выплате ему компенсации. Селиванов возражал, что автором «Гамлета» является У. Шекспир, и только его потомки вправе запрещать ему представления, поэтому иск заявлен неуправомоченным лицом. Оцените доводы сторон. Решите дело.

##### Задача 4. Российское авторское общество, ссылаясь на наличие у него государственной аккредитации в области управления правами на коллективной основе, обратилось в суд с иском к гостинице о запрете использования телевизоров в гостиничных номерах и о выплате компенсации. Российское авторское общество утверждало, что размещение телевизоров в номерах гостиниц является публичным исполнением находящихся в управлении произведений и поэтому допускается только с его согласия. Решите дело.

##### Критерии оценивания:

##### «отлично» изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно использует профессиональную терминологию. В практическом задании оценивается: оригинальность замысла, творческий подход, взаимосвязь деталей, ритм, умение пользоваться техническими средствами.

##### «хорошо» изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет. Демонстрирует практические умения, удовлетворяющие тем же требованиям, что и для оценки «отлично» допуская при этом единичные негрубые ошибки, которые может исправить самостоятельно после замечания преподавателя.

##### «удовлетворительно» - обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных темой. Затрудняется обосновать свои действия при выполнение практического задания.

##### «неудовлетворительно» - обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных темой заданий. Допускает грубые ошибки при выполнение практического задания, или не справляется с выполнением задания.

**Тема 9. Правовые средства индивидуализации и товарных знаков в рекламе** (ОК1-ОК9; ПК3.1, ПК3.2)

**Форма:** Устный опрос,выполнение практических заданий (упражнений).

**Вопросы для контроля:**

##### Товарный знак в рекламе и его роль в позиционировании товаров.

##### Возникновение и осуществление исключительных прав на товарный знак.

##### Процедура регистрации товарных знаков.

##### Управление товарным знаком.

##### Договоры на передачу товарных знаков.

##### Брэндинг (бренд-менеджмент) товарных знаков.

##### Способы защиты средств индивидуализации в РФ.

##### Защита презентации:

##### Индивидуализация товаров, услуг в рекламной деятельности.

##### Разработка ассоциативной платформы.

##### Брендинг личности.

##### Брендинг территории.

##### Элементы комплексного образа бренда.

##### Объект, предмет, цели и задачи учебной дисциплины «Брендинг территорий».

##### Территория как объект брендинга. Понятие территории, территориальной идентичности. С чего начинается территория?

##### Основные предпосылки возникновения брендов территории (использования территории в качестве бренда). Зачем территории нужен брендинг?

##### Моногорода - заложники корпоративных брендов.

##### Взаимосвязь и основные отличия понятий «брендинг территории», «маркетинг территорий», «имидж территории», «геополитика территории».

##### Задание 1

##### Групповое задание по подбору примеров персональных брендов в Пермском крае.

##### Существует множество моделей идентичности бренда. Каждая имеет свои особенности, достоинства и недостатки. На основе анализа существующих моделей идентичности бренда сформулируйте свою модель, адаптированную к современным рыночным реалиям.

##### Критерии оценивания:

##### «отлично» изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно использует профессиональную терминологию. В практическом задании оценивается: оригинальность замысла, творческий подход, взаимосвязь деталей, ритм, умение пользоваться техническими средствами.

##### «хорошо» изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет. Демонстрирует практические умения, удовлетворяющие тем же требованиям, что и для оценки «отлично» допуская при этом единичные негрубые ошибки, которые может исправить самостоятельно после замечания преподавателя.

##### «удовлетворительно» - обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных темой. Затрудняется обосновать свои действия при выполнение практического задания.

##### «неудовлетворительно» - обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных темой заданий. Допускает грубые ошибки при выполнение практического задания, или не справляется с выполнением задания.

**Тема 10. Правовые процедуры рассмотрения и разрешения споров в рекламе** (ОК1-ОК9; ПК3.1, ПК3.2)

**Форма**: Устный опрос, выполнение практических заданий (упражнений) в программе.

**Вопросы для контроля:**

1. Правовой статус рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.
2. Порядок рассмотрения и разрешения споров в сфере рекламы.
3. Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы судами общей юрисдикции. Рассмотрение споров в сфере рекламы арбитражными судами.

**Выполнение практических заданий (упражнений):**

Процедуры разрешения споров о рекламе. Законодательство о рекламе. Анализ примеров нарушений общих требований к рекламе

Задача 1 В антимонопольный орган обратилось предприятие с жалобой на действия производителя минеральной воды, аналогичной производимой заявителем (предприятия осуществляют розлив мин. воды «Серебряный ключик» на основании договоров с владельцем скважины), указывающего на упаковке и в рекламе воды информацию о получении данной водой диплома абсолютного победителя ярмарки «Лучший товар года». Согласно документу, предоставленным заявителем, в 2015 году на ярмарке выставлялась минеральная вода, разливаемая заявителем и получившая диплом абсолютного победителя. Заявитель не давал разрешения на использования знака диплома победителя, полученного им, каким-либо иным производителям, в том числе и осуществляющим розлив аналогичной воды. По мнению ответчика, он правомерно использует знак диплома, поскольку он был выдан на воду «Серебряный ключ», разливаемую, в том числе и ответчиком, кроме того, данный знак используется на этикетках еще ряда производителей данной минеральной воды. Нарушены ли права заявителя?

Задача 2 В 2013 году Россия присоединилась к Женевской конвенции Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака. Появился целый ряд законов о защите россиян от табачного дыма, в том числе запретили и рекламу сигарет. В 2023 году один продуктовый магазин в Москве повесил около кассы листовку с рекламой сигарет. Покупатель сфотографировал ее и отправил снимок в антимонопольную службу. Что грозило. Штраф от 150 000 до 600 000 рублей магазину и от 10 000 до 25 000 — директору? Обоснуйте свой ответ.

Задача 3. Московский государственный университет повесил на здании физического факультета плакат «МГУ — лучший вуз России». Что грозит университету в случае обращения в суд представителя другого университета? Какой штраф и с кого будет взыскан?

Задача 4. В 2016 году предпринимательница из Вологды организовала в Оренбурге ярмарку одежды и в рекламе пообещала продавать ее за копейки. В управление антимонопольной службы поступило несколько жалоб от местных жителей: в буквальном смысле за копейки они не смогли ничего купить. Какое решение вынесет антимонопольная служба и почему? Какое наказание последовало бы если ярмарку организовывал не ИП, а юридическое лицо?

Задача 5. В 2015 году в московских аэроэкспрессах появилась реклама «Яндекс-такси», где было написано, что клиент получит скидку 500 ₽, если оплатит поездку картой и введет промокод. На деле же скидку получали не все пассажиры. Оказалось, что она действовала только при первом использовании сервиса и не работала даже в тех случаях, когда люди удаляли приложение и устанавливали его заново. Будет ли данный факт считаться нарушением? Какой штраф выплатит компания?

Задача 7. В 2017 году самарская кондиционерная компания разместила баннеры с изображением мужчины и женщины в откровенных позах и текстом, что с кондиционером секс комфортнее. Местная антимонопольная служба вынесли предписание рекламу убрать. Законно ли данное требование? Какое наказание понесет компания?

**Критерии оценивания:**

**«отлично»** изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно использует профессиональную терминологию. В практическом задании оценивается: оригинальность замысла, творческий подход, взаимосвязь деталей, ритм, умение пользоваться техническими средствами.

**«хорошо»** изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет. Демонстрирует практические умения, удовлетворяющие тем же требованиям, что и для оценки «отлично» допуская при этом единичные негрубые ошибки, которые может исправить самостоятельно после замечания преподавателя.

**«удовлетворительно»** - обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных темой. Затрудняется обосновать свои действия при выполнение практического задания.

**«неудовлетворительно»** - обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных темой заданий. Допускает грубые ошибки при выполнение практического задания, или не справляется с выполнением задания.

* 1. **Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации**

##### Форма: экзамен

##### Список вопросов к экзамену:

##### Понятие и признаки субъектов предпринимательской деятельности.

##### Субъекты предпринимательского права.

##### Формы собственности в РФ.

##### Правовой статус индивидуального предпринимателя.

##### Государственная регистрация.

##### Понятие юридического лица, его признаки. Учредительные документы юридического лица.

##### Организационно-правовые формы юридических лиц их классификация.

##### Общая характеристика законодательства РФ, о трудоустройстве и занятости населения.

##### Государственные органы занятости населения, их права и обязанности.

##### Понятие трудового договора, его значение.

##### Понятие рабочего времени, его виды.

##### Время отдыха. Виды отпусков и порядок их предоставления.

##### Понятие и условия выплаты заработной платы.

##### Дисциплинарная и материальная ответственность.

##### Понятие административной ответственности, ее цели, функции и признаки.

##### Основания административной ответственности.

##### Понятие и виды административных правонарушений. Понятие и виды административных наказаний.

##### Понятие рекламного права. Принципы рекламного права и функции рекламного права.

##### Предмет правового регулирования рекламной деятельности. Задачи и значение правового регулирования рекламной деятельности.

##### Правовое понятие и признаки рекламной информации.

##### Правовая классификация рекламной информации: на аудиторию, по территории распространения, по целевому назначению.

##### Общие и специальные требования к рекламе, закрепленные в рекламном законодательстве.

##### Правовой статус субъектов рекламной деятельности.

##### Рекламодатели, рекламопроизводители, рекламораспространители.

##### Потребители рекламы, спонсоры.

##### Права и обязанности субъектов рекламной деятельности.

##### Государственный контроль в сфере рекламы.

##### Содержание договора, договорные условия, правила их соблюдения, порядок заключения договора.

##### Порядок и значение хозяйственного договора.

##### Договор купли-продажи.

##### Договор поставки.

##### Договоры оказания возмездных услуг.

##### Договоры о совместной деятельности.

##### Особенности рекламы отдельных категорий (реклама алкоголя, табачных изделий и курительных принадлежностей, лекарственных средств, биологически активных добавок, пищевых добавок, продуктов детского питания).

##### Реклама продукции военного назначения и оружия.

##### Реклама товаров при дистанционном способе продажи.

##### Реклама о проведении стимулирующих мероприятий.

##### Особенности рекламы отдельных категорий (реклама финансовых услуг, ценных бумаг.

##### Реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением.

##### Свобода слова и право на информацию. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации».

##### Закон РФ «О средствах массовой информации».

##### Система государственного управления в сфере массовой информации.

##### Понятие авторского права. Классификация авторских прав. Использование произведения.

##### Защита авторских и смежных прав.

##### Права на распространение авторского произведения. Ответственность изготовителя и распространителя.

##### Товарный знак в рекламе и его роль в позиционировании товаров. Возникновение и осуществление исключительных прав на товарный знак. Процедура регистрации товарных знаков. Управление товарным знаком.

##### Договоры на передачу товарных знаков.

##### Брэндинг (бренд-менеджмент) товарных знаков.

##### Способы защиты средств индивидуализации в РФ.

##### Правовой статус рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.

##### Порядок рассмотрения и разрешения споров в сфере рекламы судами общей юрисдикции, арбитражными судами.

##### Инструкция к выполнению работы (проведению экзамена):

##### Экзамен проходит устно, по билетам. В билете 2 вопроса теоретической части.

* Место выполнения задания: учебный кабинет
* Максимальное время выполнения задания: 45 мин.

##### Критерии оценивания ПА:

##### Критерии оценивания:

**«отлично»** изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно. Уверенно и правильно отвечает, может обосновать свои действия, использует профессиональную терминологию.

**«хорошо»** изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет. Демонстрирует практические умения, удовлетворяющие тем же требованиям, что и для оценки «отлично» допуская при этом единичные негрубые ошибки, которые может исправить самостоятельно после замечания преподавателя.

**«удовлетворительно» -** обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных темой. Затрудняется обосновать свои действия при выполнение практического задания.

**«неудовлетворительно» -** обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных темой заданий. Допускает грубые ошибки при выполнение практического задания, или не справляется с выполнением задания.

1. **РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА И ИНЫЕ ИСТОЧНИКИ**

**Основные источники:**

1. Арзуманян, А. Б. Правовое регулирование рекламы в России и за рубежом : учебное пособие / А. Б. Арзуманян. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2021. — 116 c. — ISBN 978-5-9275-3963-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/121924.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Жмудь, В. А. Методы научных исследований : учебное пособие / В. А. Жмудь. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 344 c. — ISBN 978-5-4497-2363-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/133157.html . — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/133157
3. Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 306 c. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/119290.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/119290

**Дополнительные источники**

1. Анализ и представление результатов эксперимента : учебно-методическое пособие / Н. С. Воронова, С. Г. Бежанов, С. А. Воронов [и др.]. — 2-е изд. — Москва : Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», 2023. — 122 c. — ISBN 978-5-7262-2912-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/132675.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Баширзаде, Р. Р. Маркетинг : учебное пособие / Р. Р. Баширзаде. — Саратов : Саратовский государственный технический университет, 2022. — 116 c. — ISBN 978-5-7433-3505-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/122624.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/122624
3. Васильев, Е. П. Интеллектуальный анализ данных в технологиях принятия решений : учебное пособие / Е. П. Васильев, В. И. Орешков. — Рязань : Рязанский государственный радиотехнический университет, 2023. — 180 c. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/134854.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Дятлов, А. В. Методы многомерного статистического анализа данных в социологии : учебник / А. В. Дятлов, П. Н. Лукичев. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2023. — 236 c. — ISBN 978-5-9275-4265-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/135652.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
5. Литвиненко, О. В. Правовое обеспечение связей с общественностью : учебное пособие для СПО / О. В. Литвиненко. — Саратов : Профобразование, 2024. — 111 c. — ISBN 978-5-4488-1693-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/133496.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/133496
6. Осина, О. Н. Этическое и правовое регулирование рекламы : учебно-методическое пособие / О. Н. Осина. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2023. — 96 c. — ISBN 978-5-7433-3552-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/131674.html— Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/131674
7. Петренко, Ю. В. Правовое регулирование маркетинговой деятельности : учебное пособие / Ю. В. Петренко, А. С. Неуструева. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 122 c. — ISBN 978-5-7937-1842-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/118408.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/118408
8. Шамис, В. А. Маркетинг : практикум / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 78 c. — ISBN 978-5-4497-1817-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/124162.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/124162
9. Шамис, В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 174 c. — ISBN 978-5-4497-1826-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/124747.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/124747

Интернет:

http://www.window.edu.ru - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»

http://www.edu.ru - Российский портал открытого образования

http://www.advtime.ru - Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА.

http://www.advi.ru - Рекламные идеи. О брендинге и креативе.

http://www.sostav.ru - Состав. Реклама, маркетинг, PR.

http://www.adindex.ru Adindex. - Сайт о рекламе и маркетинге.

http://www.advertology.ru - Advertology. Наука о рекламе.

http://www.advesti.ru AdVesti. - Сайт, посвященный рекламодателям.

http://www.media-online.ru - Media-online. Все о рекламе.

http://www.rwr.ru - RWR. Реклама в России.

http://www.akarussia.ru - АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России.

http://www.adme.ru - Сайт о рекламе.

http://www.reklamodatel.ru - Рекламные идеи - YES!": профессиональный журнал о рекламе и маркетинге.

http://www.es.ru. - Журнал "Рекламодатель: теория и практика". Дизайн, фото, галереи.

https://socioline.ru/files/5/50/fedotova\_-\_sociologiya\_reklamnoy\_deyatelnosti.pdf - учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама»

https://www.marketing.spb.ru/lib-research/methods/collect\_and\_analysis.htm - энциклопедия маркетинга

https://www.vocabulary.ru - национальная энциклопедическая служба

**Материалы для проверки результатов освоения компетенций учебной дисциплины.**

МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

1.В каком году принят действующий в Российской Федерации федеральный закон «О рекламе»?

А) 1995 г.

Б) 2006 г.

В) 2009 г.

2.Укажите источники правового регулирования рекламной деятельности?

А) Конституция РФ

Б) Уголовный кодекс РФ

В) Кодекс РФ об административных правонарушениях

Г) закон «Об образовании»

Д) федеральный закон «О защите прав потребителей»

3.Укажите основные цели закона Российской Федерации «О рекламе»?

А) развитие рынков товаров, работ, услуг

Б) защита рекламодателей

В) экономия бюджетных средств

Г) пресечение фактов ненадлежащей рекламы

Д) применение имущественной ответственности в отношении нарушителей закона

4.Укажите названия глав действующего федерального закона РФ «О рекламе»:

А) Общие положения

Б) Организационно-правовые формы субъектов рекламной деятельности

В) Административная ответственность за нарушение законодательства о рекламе

Г) Особенности рекламы отдельных видов товаров

Д) Саморегулирование в сфере рекламы

5.Укажите отрасли системы российского права, имеющие отношение к правовому

регулированию рекламной деятельности

А) экологическое право

Б) финансовое право

В) гражданское право

Г) административное право

Д) процессуальное право

6.Укажите виды информации, на которые не распространяет свое действие

федеральный закон «О рекламе»

А) информация о товаре, размещенная на его упаковке

Б) информация на официальных сайтах государственных учреждений

В) вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера

Г) политическая реклама

Д) социальная реклама

7.Укажите юридические признаки рекламы:

А) распространение в любой форме и с использованием любых средств

Б) адресование неопределенному кругу лиц

В) обязательное указание рекламодателя

Г) платный характер рекламы

Д) соответствие закону

8.Что входит в понятие «объекта рекламирования» в соответствии с федеральным законом «О рекламе»?

А) товар

Б) средство индивидуализации юридического лица

В) спортивное соревнование

Г) кандидат в депутаты

Д) проект нормативного акта

9.Лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую

для распространения в виде рекламы форму, определяется законом «О рекламе» как:

А) Рекламодатель

Б) Рекламопроизводитель

В) Рекламораспространитель

Г) Рекламное агентство

11.Что запрещено рекламировать в Российской Федерации?

А) кинофильмы

Б) пиротехнические изделия

В) психотропные вещества

Г) органы и ткани человека

Д) музейные предметы

12.Какая реклама признается недобросовестной?

А) реклама не содержит все существенные условия договора купли-продажи

Б) порочит честь, достоинство, деловую репутацию конкурента

В) является актом недобросовестной конкуренции

Г) рекламораспространитель занимает более 35 процентов соответствующего рынка рекламы

Д) реклама содержит информацию об одобрении объекта рекламирования

должностным лицом органа власти

13.Назовите общие требования к рекламе в соответствии с федеральным законом «О

рекламе»

А) реклама должна быть достоверной

Б) реклама должна быть честной

В) в рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений,

которые могут привести к искажению смысла информации;

Г) в рекламе нельзя демонстрировать процесс курения

Д) не допускается реклама в общих тетрадях

14.Что должно быть обязательно указано в рекламе о проведении стимулирующего

мероприятия?

А) сроки проведения мероприятия

Б) источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его

проведения, количестве призов или выигрышей по результатам мероприятия,

сроках, месте и порядке их получения

В) организатор мероприятия

Г) условия проведения мероприятия

Д) количество призов

15.О чем запрещено упоминать в социальной рекламе?

А) о товарах

Б) о средствах индивидуализации

В) о спонсорах

Г) об органах власти

Д) об источнике финансирования социальной рекламы

16.Каковы требования к рекламе, совмещаемой с телепрограммой способом «бегущей

строки»?

А) реклама не должна занимать более чем пять процентов площади кадра

Б) реклама не должна занимать более чем семь процентов площади кадра

В) в рекламе необходимо указать рекламодателя

Г) реклама допускается с 20.00 до 07.00 местного времени

Д) реклама не должна накладываться на субтитры, а также надписи

разъясняющего характера.

17. В радиопрограммах, не зарегистрированных в качестве средств массовой

информации, специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного

характера, продолжительность рекламы не может превышать:

А) 15% времени вещания в течение суток

Б) 20% времени вещания в течение суток

В) 25% времени вещания в течение суток

18. Для каких средств распространения рекламы законом установлена обязанность

Рекламораспространителя сообщать потребителю о том, что информация является

рекламой?

А) реклама на транспорте

Б) реклама в телепрограммах и телепередачах

В) реклама в периодических печатных изданиях

Г) реклама в сети Интернет

Д) реклама в видеообслуживании

19.Объем рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на

сообщениях рекламного характера, не должен превышать:

А) 40% объема одного номера

Б) 30% объема одного номера

В) 25% объема одного номера

20.В каких сферах распространения рекламы законом запрещено преимущественное

положение субъекта на рынке?

А) реклама на федеральных телеканалах

Б) реклама на федеральных радиостанциях

В) наружная реклама

Г) реклама в сети Интернет

Д) реклама на транспорте общего пользования

21.Разрешение на установку рекламной конструкции может быть признано

недействительным в случаях:

А) обнаружения несоответствия рекламной конструкции и ее

территориального размещения требованиям технического регламента

Б) размещения рекламы табака или алкоголя

В) нарушения законодательства об охране памятников

Г) нарушения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки

поселения или городского округа

Д) нарушения требований пожарной безопасности

22.Особенности рекламы каких товаров установлены главой 3 федерального закона «О

рекламе»?

А) детского питания

Б) оружия

В) парфюмерии и косметики

Г) мясных продуктов

Д) мобильных телефонов

23.Особенности рекламы каких услуг установлены главой 3 федерального закона «О рекламе»?

А) услуг по перевозке грузов

Б) бытовых услуг

В) страховых услуг

Г) услуг по заключению договоров ренты

Д) туристических услуг

24.Реклама каких товаров и услуг запрещена с использованием наружных рекламных конструкций?

А) алкогольная продукция

Б) пиво

В) табак

Г) лекарственные средства

Д) основанные на риске игры, пари

25. В рекламе каких товаров и услуг запрещено использование образов людей и

животных?

А) алкогольная продукция

Б) пиво и напитки, изготавливаемые на его основе

В) табак

Г) лекарственные средства

Д) основанные на риске игры, пари

26.Укажите орган власти, осуществляющий государственный контроль за

соблюдением законодательства о рекламе:

А) Федеральная антимонопольная служба

Б) Министерство по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства

В) Министерство экономического развития и торговли

27.Укажите права контролирующего органа в сфере рекламы?

А) выдавать органам исполнительной власти обязательные для исполнения предписания об отмене актов, изданных ими и противоречащих законодательству РФ о рекламе

Б) предъявлять в арбитражный суд иски о публичном опровержении недостоверной рекламы (контррекламе)

В) аннулировать разрешение на установку рекламной конструкции

Г) принять решение о ликвидации организации, нарушающей законодательство о рекламе

Д) применять уголовную ответственность в отношении нарушителей законодательства о рекламе

28. Нарушение порядка прерывания рекламой теле - или радиопрограммы, теле – или радиопередачи либо совмещения рекламы с телепрограммой, превышение допустимого законодательством о рекламе объема рекламы в теле – или радиопрограммах, а равно распространение рекламы в теле - или радиопрограммах в дни траура, объявленные в Российской Федерации, влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере:

А) от 40000 руб. до 500000 руб.

Б) от 200000 руб. до 500000 руб.

В) от 100000 руб. до 500000 руб.

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  **п.п.** | **Содержание изменения** | **Дата,**  **номер протокола**  **заседания кафедры,**  **подпись**  **зав.кафедрой** |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 |  |  |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
| 4 |  |  |