НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ АДВОКАТУРЫ И НОТАРИАТА»

Дисциплина:
Предпринимательское право
ТЕМА:

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Выполнила:
Студентка 4 курса обучения
заочного отделения
юридического факультета
Елисеева С.А.

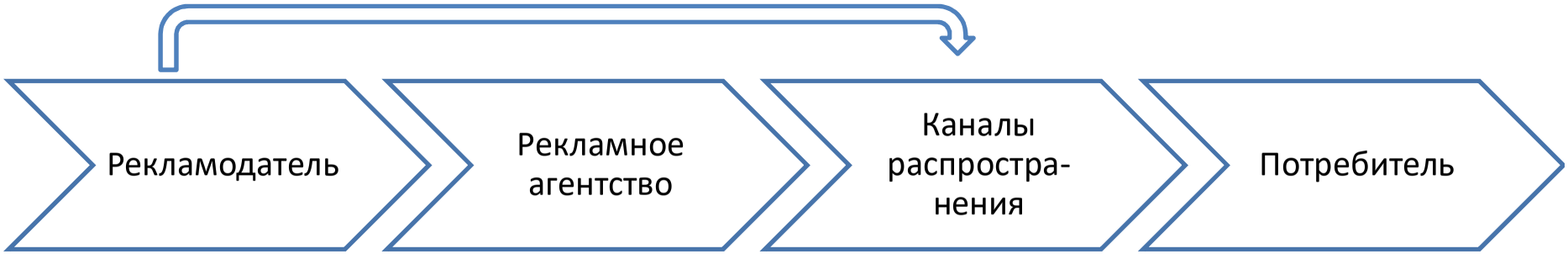
Реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. (ст.3 Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ)

Сравнение видов рекламы

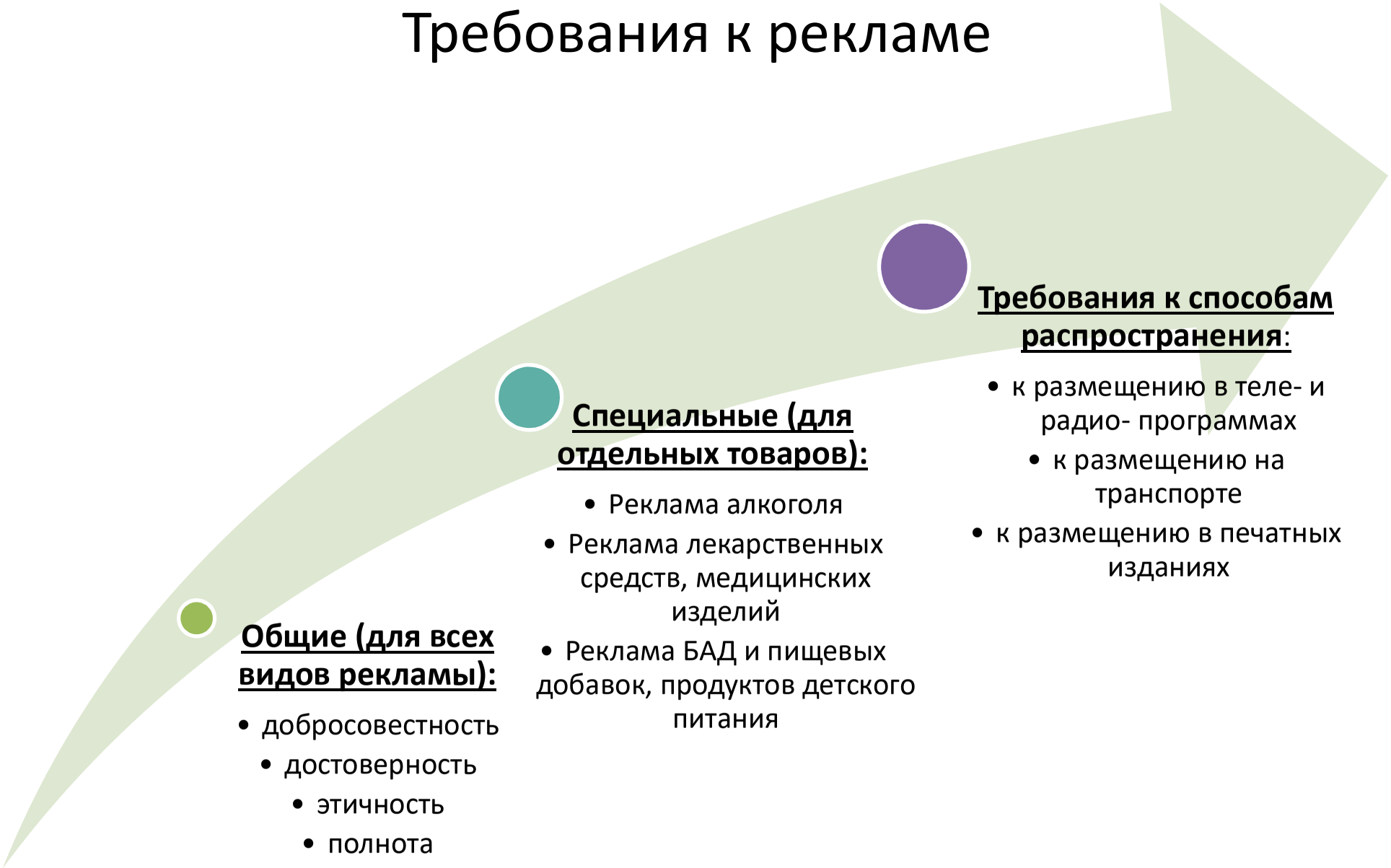
	Коммерческая	Социальная	Политическая
Цели	информирование о выходе нового товара на рынок, побуждение к повышению покупательской активности, изменение отношения потребителей к той или иной услуге или товару	привлечение внимания широкой общественности к проблемному явлению, продвижение того или иного общественного института	настраивает избирателей на их поддержку, формирует и внедряет в массовое сознание определенное представление о характере этих политических сил, создает желаемую психологическую установку на голосование
Аудитория	узкий круг потребителей рекламируемого товара или услуги (ЦА)	самая активная часть общества, лица, которые участвуют в принятии значимых социальных, экономических или политических решений	участники политического процесса, делающие тот или иной выбор, определяющие для себя, какой политической ориентации придерживаться
Заказчик	коммерческие организации	государство некоммерческие или общественные организации коммерческие организации	политическая организация или деятель

Рекламный процесс в общем виде можно представить следующим образом: рекламодатель использует рекламных посредников, которые через средства распространения рекламы доводят их обращения до потенциальных потребителей.

Основными участниками рекламного процесса являются:



Требования к рекламе



Общие (для всех видов рекламы):

- добросовестность
- достоверность
- этичность
- полнота

Специальные (для отдельных товаров):

- Реклама алкоголя
- Реклама лекарственных средств, медицинских изделий
- Реклама БАД и пищевых добавок, продуктов детского питания

Требования к способам распространения:

- к размещению в теле- и радио- программах
- к размещению на транспорте
- к размещению в печатных изданиях

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ РЕКЛАМНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Ответственность за нарушение рекламного законодательства реализуется в соответствии с Федеральным законом «О рекламе», Кодексом об Административных правонарушениях РФ и Гражданским кодексом РФ, при этом ответственность за нарушения несут как физические лица, так и юридические, в том числе рекламодатели и рекламораспространители

Источники и литература:

- Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ
- "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 01.04.2020) (с изм. и доп., вступ. в силу с 12.04.2020)
- Предпринимательское право: Учебник для вузов, под ред.Н.М. Коршунова - 2011 г.
- Справочно-правовая система «КонсультантПлюс".

Спасибо за внимание