



Правовое регулирование маркетинговой деятельности.э

- 1) Федеральный закон О рекламе распространяется на ...
- 2) Рекламопроизводитель - это ...
- 3) Рекламодатель - это ...
- 4) Лицо, обеспечившее предоставление средств для создания трансляции теле- или радиопередачи - это ...
- 5) Следующие (ближайшие по времени) нововведения в Федеральный закон О рекламе вступят в силу ...
- 6) Рекламодателями социальной рекламы могут выступать ...
- 7) Если реклама признается офертой, то (при условии, что в ней не указан иной срок) такая оферта действует со дня распространения рекламы в течение ...
- 8) В рекламе в исключительных случаях допускаются ...
- 9) В детских и образовательных телепередачах, продолжительность которых составляет не менее чем двадцать пять минут, допускается распространение рекламы непосредственно в начале телепередачи и непосредственно перед окончанием телепередачи продолжительностью ...
- 10) При совмещении рекламы с телепрограммой способом бегущей строки или иным способом ее наложения на кадр транслируемой телепрограммы реклама не должна занимать более чем ... площади
- 11) Непосредственно в начале и непосредственно перед окончанием любые теле- и радиопередачи продолжительностью не менее 15 минут могут прерываться рекламой (при условии, что общая продолжительность такой рекламы не превышает тридцать секунд), если эта реклама является ...
- 12) Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, - это ... реклама
- 13) Реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, признается ...





- 14) Реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается ...
- 15) Реклама, которая порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента, признается ...
- 16) Реклама, которая осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания рекламируемого товара, признается ...
- 17) Реклама, в которой допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, признается ...
- 18) Реклама, которая оказывает не осознаваемое потребителями рекламы воздействие на их сознание, признается ...
- 19) В отношении рекламы для несовершеннолетних, в связи с недостатком их опыта в рекламе, допускаются ...
- 20) Для рекламораспространителя заключение договора на распространение социальной рекламы является ...
- 21) Рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться в течение ...
- 22) Рекламодатель обязан предоставлять документально подтвержденные сведения о соответствии рекламы требованиям настоящего Федерального закона по требованию ...
- 23) Остановка трансляции телепрограммы или телепередачи для демонстрации рекламы, должно предваряться сообщением о последующей трансляции рекламы за исключением прерывания ... рекламой
- 24) Общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы и совмещения рекламы с телепрограммой способом бегущей строки не может превышать ... времени вещания в течение часа
- 25) Художественные фильмы могут прерываться рекламой таким образом, чтобы продолжительность каждого прерывания указанных телепередач рекламой не превышала ...





- 26) Объем рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должен составлять не более чем ... от общего объема одного номера периодических печатных изданий
- 27) При рекламе алкогольной продукции предупреждению о вреде ее чрезмерного потребления должно быть отведено не менее ... от общей рекламной площади (пространства)
- 28) Реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться в телепрограммах ... местного времени
- 29) При рекламе табака и табачных изделий, предупреждению о вреде курения должно быть отведено не менее чем ... рекламной площади (рекламного пространства)
- 30) Реклама эмиссионных ценных бумаг не должна содержать ...
- 31) В случае, если рекламодатель является посредником при заключении договоров аренды, реклама услуг по заключению таких договоров должна содержать ...
- 32) Антимонопольный орган не вправе:
 - 33) ... не обязаны представлять в антимонопольный орган информацию, необходимую для осуществления им полномочий по государственному контролю за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, и обеспечивать его уполномоченным должностным лицам доступ к такой информации
 - 34) ... несет ответственность за рекламу, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами
- 35) Из сумм штрафов за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе и неисполнение предписаний антимонопольного органа в Федеральный бюджет Российской Федерации зачисляются ...
- 36) Реклама основанных на риске игр может содержать ...
- 37) Реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок и других подобных товаров, может ...
- 38) Неверно, что антимонопольное законодательство Российской Федерации включает в себя ...





- 39) Товары, которые могут быть сравнимы по их функциональному назначению, применению, качественным и техническим характеристикам, цене и другим параметрам таким образом, что приобретатель действительно заменяет или готов заменить один товар другим при потреблении, в антимонопольном законодательстве называются ...
- 40) Условия доступа на товарный рынок, при которых хозяйствующий субъект поставлен в неравное положение по сравнению с другим хозяйствующим субъектом, в антимонопольном законодательстве называются ...
- 41) Федеральный антимонопольный орган в Российской Федерации называется ...
- 42) Положение хозяйствующего субъекта на рынке определенного товара, дающее такому хозяйствующему субъекту возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам в антимонопольном законодательстве называются ...
- 43) По общему правилу, положение хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации) может быть признано доминирующим, если его доля на рынке определенного товара превышает ...
- 44) Норма о признании доминирующим положения каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов применяется, если доля хотя бы одного из указанных хозяйствующих субъектов равно или более ...
- 45) При соблюдении других условий доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов, в случае когда совокупная доля не более чем трех хозяйствующих субъектов превышает ...
- 46) При соблюдении других условий доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов, в случае когда совокупная доля не более чем пяти хозяйствующих субъектов превышает ...





- 47) При соблюдении других условий доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов, в случае когда в течение не менее чем ... относительные размеры долей хозяйствующих субъектов неизменны или подвержены малозначительным изменениям, а также доступ на соответствующий товарный рынок новых конкурентов затруднен
- 48) Не может быть признано доминирующим положение финансовой организации, доля которой не превышает ... на единственном в Российской Федерации товарном рынке
- 49) Положение финансовой организации может быть признано доминирующим, если его доля которой превышает ... на товарном рынке, обращающийся на котором товар обращается также на иных товарных рынках в РФ
- 50) Неверно, что к согласованным действиям относится совершение хозяйствующими субъектами действий ...
- 51) Неверно, что запрещаются ...
- 52) ... устанавливает правила доступа к товарам субъектов естественных монополий
- 53) - осуществлению исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности
- 54) Соглашение между хозяйствующими субъектами, которые не конкурируют между собой, один из которых приобретает товар, а другой предоставляет товар, в антимонопольном законодательстве называется ...
- 55) Допускаются вертикальные соглашения между хозяйствующими субъектами, доля каждого из которых на любом товарном рынке равна или менее ...
- 56) Допускаются вертикальные соглашения в письменной форме, если эти соглашения являются договорами ...
- 57) - частные исключения
- 58) Антимонопольным законодательством допускается ...
- 59) Правовой статус государственных корпораций является исключением из запрета на ...
- 60) Неверно, что органам государственной власти запрещается ...





- 61 Неверно, что при проведении частных торгов запрещается ...
- 62 Антимонопольный орган рассматривает представленные ходатайство и документы на предоставление государственной и муниципальной помощи, и принимает по такому ходатайству решение в срок, не превышающий ... со дня получения ходатайства и документов:
- 63 Антимонопольный орган ведет реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем ...
- 64 Антимонопольный орган обращается в ... с исками, заявлениями о нарушении антимонопольного законодательства
- 65 С предварительного согласия антимонопольного органа осуществляется слияние коммерческих организаций, если суммарная стоимость их активов по бухгалтерским балансам по состоянию на последнюю отчетную дату, предшествующую дате представления ходатайства, превышает ...
- 66 С предварительного согласия антимонопольного органа осуществляется слияние коммерческих организаций, если или суммарная выручка таких организаций от реализации товаров за календарный год, предшествующий году слияния, превышает ...
- 67 Антимонопольный орган должен быть уведомлен коммерческой организацией о ее создании в результате слияния коммерческих организаций (за исключением слияния финансовых организаций), если суммарная стоимость активов по последним балансам или суммарная выручка от реализации товаров за календарный год, предшествующий году слияния, коммерческих организаций, деятельность которых прекращается в результате слияния, превышает ...
- 68 Для рассмотрения каждого дела о нарушении антимонопольного законодательства антимонопольный орган создает ... по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства
- 69 Количество членов комиссии по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства должно быть ... и более человек
- 70 Антимонопольный орган рассматривает заявление или материалы указывающих на наличие признаков нарушения антимонопольного законодательства в срок, не превышающий ... со дня их представления





- 71) Дело о нарушении антимонопольного законодательства рассматривается комиссией в срок, не превышающий ... со дня вынесения определения о назначении дела к рассмотрению
- 72) Неисполнение в срок предписания по делу о нарушении антимонопольного законодательства влечет за собой ... ответственность
- 73) Решение или предписание антимонопольного органа может быть обжаловано в течение ... со дня принятия решения или выдачи предписания
- 74) Неверно, что комиссия вправе отложить рассмотрение дела о нарушении антимонопольного законодательства ...
- 75) Комиссия вправе приостановить рассмотрение дела о нарушении антимонопольного законодательства в случае и на срок ...
- 76) Неверно, что комиссия прекращает рассмотрение дела о нарушении антимонопольного законодательства в случае ...
- 77) Предписание по делу о нарушении антимонопольного законодательства подлежит исполнению в срок ...
- 78) Федеральный закон О рекламе распространяется на ...
- 79) Рекламопроизводитель - это ...
- 80) Рекламодатель - это ...
- 81) Лицо, обеспечившее предоставление средств для создания трансляции теле- или радиопередачи - это ...
- 82) Следующие (ближайшие по времени) нововведения в Федеральный закон О рекламе вступят в силу ...
- 83) Рекламодателями социальной рекламы могут выступать ...
- 84) Если реклама признается офертой, то (при условии, что в ней не указан иной срок) такая оферта действует со дня распространения рекламы в течение ...
- 85) В рекламе в исключительных случаях допускаются ...
- 86) В детских и образовательных телепередачах, продолжительность которых составляет не менее чем двадцать пять минут, допускается распространение рекламы непосредственно в начале телепередачи и непосредственно перед окончанием телепередачи продолжительностью ...





- 87) При совмещении рекламы с телепрограммой способом бегущей строки или иным способом ее наложения на кадр транслируемой телепрограммы реклама не должна занимать более чем ... площади
- 88) Непосредственно в начале и непосредственно перед окончанием любые теле- и радиопередачи продолжительностью не менее 15 минут могут прерываться рекламой (при условии, что общая продолжительность такой рекламы не превышает тридцать секунд), если эта реклама является ...
- 89) Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, - это ... реклама
- 90) Реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, признается ...
- 91) Реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается ...
- 92) Реклама, которая порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента, признается ...
- 93) Реклама, которая осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания рекламируемого товара, признается ...
- 94) Реклама, в которой допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, признается ...
- 95) Реклама, которая оказывает не осознаваемое потребителями рекламы воздействие на их сознание, признается ...
- 96) В отношении рекламы для несовершеннолетних, в связи с недостатком их опыта в рекламе, допускаются ...
- 97) Для рекламодателя заключение договора на распространение социальной рекламы является ...
- 98) Рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться в течение ...
- 99) Рекламодатель обязан предоставлять документально подтвержденные сведения о соответствии рекламы требованиям настоящего Федерального закона по требованию ...





- 100 Остановка трансляции телепрограммы или телепередачи для демонстрации рекламы, должно предваряться сообщением о последующей трансляции рекламы за исключением прерывания ... рекламой
- 101 Общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы и совмещения рекламы с телепрограммой способом бегущей строки не может превышать ... времени вещания в течение часа
- 102 Художественные фильмы могут прерываться рекламой таким образом, чтобы продолжительность каждого прерывания указанных телепередач рекламой не превышала ...
- 103 Объем рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должен составлять не более чем ... от общего объема одного номера периодических печатных изданий
- 104 При рекламе алкогольной продукции предупреждению о вреде ее чрезмерного потребления должно быть отведено не менее ... от общей рекламной площади (пространства)
- 105 Реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться в телепрограммах ... местного времени
- 106 При рекламе табака и табачных изделий, предупреждению о вреде курения должно быть отведено не менее чем ... рекламной площади (рекламного пространства)
- 107 Реклама эмиссионных ценных бумаг не должна содержать ...
- 108 В случае, если рекламодатель является посредником при заключении договоров аренды, реклама услуг по заключению таких договоров должна содержать ...
- 109 Антимонопольный орган не вправе:
 - 110 ... не обязаны представлять в антимонопольный орган информацию, необходимую для осуществления им полномочий по государственному контролю за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, и обеспечивать его уполномоченным должностным лицам доступ к такой информации
 - 111 ... несет ответственность за рекламу, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами





- 112 Из сумм штрафов за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе и неисполнение предписаний антимонопольного органа в Федеральный бюджет Российской Федерации зачисляются ...
- 113 Реклама основанных на риске игр может содержать ...
- 114 Реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок и других подобных товаров, может ...
- 115 Неверно, что антимонопольное законодательство Российской Федерации включает в себя ...
- 116 Товары, которые могут быть сравнимы по их функциональному назначению, применению, качественным и техническим характеристикам, цене и другим параметрам таким образом, что приобретатель действительно заменяет или готов заменить один товар другим при потреблении, в антимонопольном законодательстве называются ...
- 117 Условия доступа на товарный рынок, при которых хозяйствующий субъект поставлен в неравное положение по сравнению с другим хозяйствующим субъектом, в антимонопольном законодательстве называются ...
- 118 Федеральный антимонопольный орган в Российской Федерации называется ...
- 119 Положение хозяйствующего субъекта на рынке определенного товара, дающее такому хозяйствующему субъекту возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам в антимонопольном законодательстве называются ...
- 120 По общему правилу, положение хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации) может быть признано доминирующим, если его доля на рынке определенного товара превышает ...
- 121 Норма о признании доминирующим положения каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов применяется, если доля хотя бы одного из указанных хозяйствующих субъектов равно или более ...





- 122) При соблюдении других условий доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов, в случае когда совокупная доля не более чем трех хозяйствующих субъектов превышает ...
- 123) При соблюдении других условий доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов, в случае когда совокупная доля не более чем пяти хозяйствующих субъектов превышает ...
- 124) При соблюдении других условий доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов, в случае когда в течение не менее чем ... относительные размеры долей хозяйствующих субъектов неизменны или подвержены малозначительным изменениям, а также доступ на соответствующий товарный рынок новых конкурентов затруднен
- 125) Не может быть признано доминирующим положение финансовой организации, доля которой не превышает ... на единственном в Российской Федерации товарном рынке
- 126) Положение финансовой организации может быть признано доминирующим, если его доля которой превышает ... на товарном рынке, обращающийся на котором товар обращается также на иных товарных рынках в РФ
- 127) Неверно, что к согласованным действиям относится совершение хозяйствующими субъектами действий ...
- 128) Неверно, что запрещаются ...
- 129) ... устанавливает правила доступа к товарам субъектов естественных монополий
- 130) - осуществлению исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности
- 131) Соглашение между хозяйствующими субъектами, которые не конкурируют между собой, один из которых приобретает товар, а другой предоставляет товар, в антимонопольном законодательстве называется ...
- 132) Допускаются вертикальные соглашения между хозяйствующими субъектами, доля каждого из которых на любом товарном рынке равна или менее ...
- 133) Допускаются вертикальные соглашения в письменной форме, если эти соглашения являются договорами ...





- 134 - частные исключения
- 135 Антимонопольным законодательством допускается ...
- 136 Правовой статус государственных корпораций является исключением из запрета на ...
- 137 Неверно, что органам государственной власти запрещается ...
- 138 Неверно, что при проведении частных торгов запрещается ...
- 139 Антимонопольный орган рассматривает представленные ходатайство и документы на предоставление государственной и муниципальной помощи, и принимает по такому ходатайству решение в срок, не превышающий ... со дня получения ходатайства и документов:
- 140 Антимонопольный орган ведет реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем ...
- 141 Антимонопольный орган обращается в ... с исками, заявлениями о нарушении антимонопольного законодательства
- 142 С предварительного согласия антимонопольного органа осуществляется слияние коммерческих организаций, если суммарная стоимость их активов по бухгалтерским балансам по состоянию на последнюю отчетную дату, предшествующую дате представления ходатайства, превышает ...
- 143 С предварительного согласия антимонопольного органа осуществляется слияние коммерческих организаций, если или суммарная выручка таких организаций от реализации товаров за календарный год, предшествующий году слияния, превышает ...
- 144 Антимонопольный орган должен быть уведомлен коммерческой организацией о ее создании в результате слияния коммерческих организаций (за исключением слияния финансовых организаций), если суммарная стоимость активов по последним балансам или суммарная выручка от реализации товаров за календарный год, предшествующий году слияния, коммерческих организаций, деятельность которых прекращается в результате слияния, превышает ...
- 145 Для рассмотрения каждого дела о нарушении антимонопольного законодательства антимонопольный орган создает ... по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства





- 146) Количество членов комиссии по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства должно быть ... и более человек
- 147) Антимонопольный орган рассматривает заявление или материалы указывающих на наличие признаков нарушения антимонопольного законодательства в срок, не превышающий ... со дня их представления
- 148) Дело о нарушении антимонопольного законодательства рассматривается комиссией в срок, не превышающий ... со дня вынесения определения о назначении дела к рассмотрению
- 149) Неисполнение в срок предписания по делу о нарушении антимонопольного законодательства влечет за собой ... ответственность
- 150) Решение или предписание антимонопольного органа может быть обжаловано в течение ... со дня принятия решения или выдачи предписания
- 151) Неверно, что комиссия вправе отложить рассмотрение дела о нарушении антимонопольного законодательства ...
- 152) Комиссия вправе приостановить рассмотрение дела о нарушении антимонопольного законодательства в случае и на срок ...
- 153) Неверно, что комиссия прекращает рассмотрение дела о нарушении антимонопольного законодательства в случае ...
- 154) Предписание по делу о нарушении антимонопольного законодательства подлежит исполнению в срок ...

