

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 18.06.2024 08:20:00
Уникальный программный идентификатор:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Оценочный материал для диагностического тестирования

Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:

Рекламное право в условиях цифровой экономики, 3 семестр

Код, направление подготовки	40.03.01
Направленность (профиль)	Юридический консалтинг. Юрист цифровой экономики.
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Гражданско-правовых дисциплин
Выпускающая кафедра	Гражданско-правовых дисциплин

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
ПК – 2 (ПК-2.2)	Реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения относительно различных характеристик, свойств, качеств товара, наличия его на рынке и т. п.: (выберите один правильный ответ из заданного списка)	А. неэтичная Б. недостоверная В. заведомо ложная Г. недобросовестная	Низкий
ПК – 2 (ПК-2.2)	Законодательство о рекламе находится в ведении: (выберите один правильный ответ из заданного списка)	А. субъектов РФ; Б. Российской Федерации В. совместном ведении РФ и субъектов РФ	Низкий
ПК – 2 (ПК-2.2)	Объем рекламы в периодических печатных изданиях должен составлять: (выберите один правильный ответ из заданного списка)	А. не менее 60 % объема одного номера издания Б. не более чем 25 % объема одного номера издания В. не более чем 45 % объема одного номера издания Г. 50 % объема всего выпуска печатного издания	Низкий
ПК – 2 (ПК-2.2)	(вписать слово) реклама — это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу		Низкий

	лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства. (вписать слово)		
ПК – 2 (ПК-2.2)	Лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности – это (вписать слово)		Низкий
ПК – 2 (ПК-2.2)	Радиостанции вправе: (выберите один правильный ответ из заданного списка)	А. прерывать рекламой радиопередачи продолжительностью менее чем 10 минут Б. прерывать рекламой религиозную передачу В. распространять рекламу в дни траура, объявленные в РФ Г. распространять рекламу в детских радиопередачах, продолжительность которых составляет не менее чем пятнадцать минут	Средний
ПК – 2 (ПК-2.2)	(вписать слово) реклама - это реклама, которая нарушает запрет на рекламу товара определенным способом, в определенное время или в определенном месте		Средний
	Какой акт предшествует выдаче антимонопольным органом предписания о прекращении нарушения	А. заключение антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей Б. постановление антимонопольного	Средний

	законодательства РФ о рекламе? (выберите один правильный ответ из заданного списка)	органа о признании рекламы ненадлежащей В. решение антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей Г. письма антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей	
ПК – 3 (ПК – 3.2 ПК – 3.4.)	При демонстрации аудиовизуальных произведений, включая теле- и видеофильмы, теле-, видео- и кинохроникальных программ, в которых осуществляется демонстрация табачных изделий и процесса потребления табака, вещатель или организатор демонстрации должен обеспечить трансляцию социальной рекламы о вреде потребления табака: (выберите один правильный ответ из заданного списка)	А. непосредственно перед началом и по окончании времени демонстрации такого произведения, программы Б. непосредственно перед началом или во время демонстрации такого произведения, программы В. непосредственно перед началом и во время демонстрации такого произведения, программы Г. только непосредственно перед началом демонстрации такого произведения, программы	Средний
ПК – 2 (ПК-2.2)	Рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться: (выберите один правильный ответ из заданного списка)	А. в течение года со дня последнего распространения рекламы или со дня окончания сроков действия таких договоров Б. в течение двух лет со дня последнего распространения рекламы В. в течение трех лет со дня последнего распространения рекламы Г. в течение двух лет после окончания срока действия такого договора	Средний
ПК – 2 (ПК-2.2)	Целью действия Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» является: (выберите несколько ответов из предложенного списка,	А. развитие рынков товаров, работ и услуг Б. продвижение товаров отечественного производства В. реализация права потребителей на	Средний

	оценивание «всё или ничего»)	получение добросовестной и достоверной рекламы Г. создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы	
ПК – 2 (ПК-2.2)	Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» не распространяется: (выберите несколько правильных ответов из заданного списка)	А. на социальную рекламу Б. на политическую рекламу В. на спонсорскую рекламу Г. информацию о товаре, его производителе, размещенную на упаковке товара	Средний
ПК – 2 (ПК-2.2)	Переоборудование транспортных средств для распространения рекламы, в результате которого транспортные средства (<u>вписать слово</u>) или (<u>вписать слово</u>) утратили функции, для выполнения которых они были предназначены, переоборудование кузовов транспортных средств с приданием им вида определенного товара, запрещается. (<u>вписать слово</u>)		Средний
ПК - 3 (ПК – 3.2 ПК - 3.4)	Установите соответствие между критериями классификации рекламы и видами рекламы	1. по способу распространения - наружная реклама 2. по объекту рекламирования - реклама финансовых услуг 3. по направленности - социальная реклама А. социальная реклама Б. наружная реклама В. реклама финансовых услуг	Средний
ПК – 2 (ПК-2.2)	В каком случае орган местного самоуправления может применить внесудебный порядок демонтажа рекламной	А. в связи с признанием разрешения недействительным Б. в связи с аннулированием разрешения	Средний

	конструкции: (выберите один правильный ответ из заданного списка)	В. в связи с истечением срока действия разрешения Г. в связи с отсутствием разрешения, срок действия которого не истек	
ПК -3 (ПК - 3.2 ПК-3.4)	Полномочиями по рассмотрению дел о неисполнении обязанности трансляции социальной рекламы о вреде потребления табака при демонстрации аудиовизуальных произведений, включая теле- и видеофильмы, теле-, видео- и кинохроникальных программ, в которых осуществляется демонстрация табачных изделий или процесса потребления табака обладают: (выберите несколько правильных ответов из заданного списка)	А. Федеральная служба по аккредитации (Росаккредитация) Б. Федеральная антимонопольная служба В. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) Г. Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор)	Высокий
ПК – 2 (ПК-2.2) ПК -3 (ПК - 3.2 ПК-3.4)	Признаками малозначительности нарушения в сфере рекламы являются (выберите несколько правильных ответов из заданного списка)	А. отсутствие жалоб со стороны потребителей рекламы или конкурентов Б. факт совершения нарушения впервые В. небольшой масштаб рекламной кампании Г. распространение рекламы не в средствах массовой информации	Высокий
ПК -3 (ПК - 3.2 ПК-3.4)	Распространение звуковой рекламы, которая распространяется с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого и располагаемого на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах любых зданий, строений, сооружений не допускается	А. в городских парках, набережных, ледовых катках при условии отсутствия гражданско- правовых договоров на распространение рекламы Б. в городских парках, набережных, ледовых катках, ярмарках при условии нарушения уровня громкости рекламы В. в городских парках, набережных, ледовых катках независимо от	Высокий

	(выберите несколько правильных ответов из заданного списка)	заклучения гражданско-правовых договоров на распространение рекламы Г. в городских парках, набережных, ледовых катках независимо от уровня громкости рекламы	
ПК – 2 (ПК-2.2)	На каких субъектов не распространяется ограничения по продолжительности упоминания о них в социальной рекламе? (выберите несколько правильных ответов из заданного списка)	А. на упоминания о некоммерческих организациях Б. на упоминания о физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи В. на упоминания о социально-ориентированных некоммерческих организациях Г. на упоминания об органах государственной власти, иных государственных органах, органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления	Высокий
ПК – 2 (ПК-2.2)	Реклама о проведении конкурса и игры должна содержать сведения: (выберите несколько правильных ответов из заданного списка)	А. о возможности не выигрыша Б. о сроках проведения такого мероприятия В. о правилах его проведения Г. о ее организаторах	Высокий