

**ТЕМА 7. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ
ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ПРАВОВОЕ
РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**



Теоретические вопросы:

1. Понятие и виды торговой деятельности
2. Система источников правового регулирования торговой деятельности, их характеристика
3. Субъекты и объекты торговой деятельности
4. Договорные формы осуществления торговли
5. Законодательство о рекламе
6. Понятие и виды рекламы. Субъекты рекламной деятельности
7. Общие и специальные требования, предъявляемые к рекламе
8. Ненадлежащая реклама. Ответственность за ненадлежащую рекламу

ЗАДАЧИ:

1. ООО «А», ООО «Б» и ООО «В» ведут деятельность по оказанию услуг общественного питания через сеть кафе под единым коммерческим обозначением (товарным знаком). ООО «Б» и ООО «В» использует товарный знак на основании лицензионных договоров, заключенных с ООО «А». Учредители и директора в указанных предприятиях разные. Помещения, в которых располагаются кафе, принадлежат ООО «А», ООО «Б», ООО «В» на основании договоров аренды, заключенных с разными собственниками.

И ООО «А» и ООО «Б» закупают по договорам поставки товары и сырье, которое в дальнейшем перерабатывается в полуфабрикаты и готовые изделия и блюда, предлагаемые в дальнейшем клиентам кафе. Есть и товары, которые перепродаются в рамках оказания услуг общественного питания, такие как алкогольная продукция.

ВОПРОС : Распространяется ли действие Закона о торговле на ООО «А», ООО «Б» и ООО «В» в связи с закупкой продовольственных товаров?

ЗАДАЧИ:

2. Какую max цену продажи может устанавливать хозяйствующий субъект на собственную выпускаемую продукцию? Существуют ли ограничения со стороны государственного органа? Какую max цену перепродажи продукции может устанавливать хозяйствующий субъект? Существуют ли ограничения со стороны гос. органа?

ЗАДАЧИ:

3 На последней полосе газеты, издаваемой организацией, была размещена реклама алкогольных напитков.

Вопросы:

Существует ли нарушение закона о рекламе. Если да, то в чем состоит это нарушение? Кто будет нести ответственность в этом случае?

Какой орган вправе осуществлять контроль за соблюдением законодательства о рекламе? Какие полномочия у этого органа?

Какой вид правовой ответственности наступит в этом случае?

4. Торговая организация, реализующая компьютеры, использовала в стационарной наружной рекламе фразу: «В моей школе у ребят есть компьютер».
Антимонопольный орган обратился в арбитражный суд с требованием о признании данной рекламы недопустимой.

Нарушено ли здесь рекламное законодательство. Ответ обоснуйте.

ЗАДАЧИ:

5 При проведении рекламной кампании сетью магазинов звучало объявление «Данные товары можно приобрести в любом нашем магазине со скидкой 40 %». В действительности скидка в разных магазинах колебалась от 30 до 40%. Антимонопольный орган направил предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства. В КАКОЙ ЧАСТИ В ДАННОМ СЛУЧАЕ НАРУШЕНО РЕКЛАМНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО?

6. Туристическая фирма установила указатель, который информирует о местонахождении организации.

Является ли этот указатель рекламой?