

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/69993>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Маркетинговое исследование

Содержание

Изучение правовых ограничений на проведение рекламы и стимулирование сбыта 3

Задания 8

Библиографический список 17

Изучение правовых ограничений на проведение рекламы и стимулирование сбыта

Фактически деятельность по связям с общественностью сегодня в Российской Федерации юридически ограничена Федеральным законом «О рекламе», принятым Госдумой 22 февраля 2006 г. и одобренным Советом Федерации 3 марта, поэтому его нововведения относятся и к PR.

-введение понятия «спонсор». Отныне спонсором может быть физическое или юридическое лицо, а не продукция.

Запрещается реклама зонтичных брендов, когда они маскируются под рекламируемый продукт, такие как водка, — под видом одноименной питьевой воды или овощных консервов.

Запрещается реклама алкоголя, слабоалкогольных коктейлей и табака на телевидении, в СМИ и наружной рекламе, а также на всех видах транспортных средств.

Не допускается демонстрация в любой рекламе процесса курения и употребления алкоголя.

Ограничены формы продвижения и реклама пива.

Введено изъятие образов медработников из рекламы. Ужесточаются требования к рекламе лекарств и лекарственных средств, выписываемых как по рецепту, так и без него.

Ограничено использования образов детей в рекламе.

Запрещено совмещения рекламы и дорожных знаков.

Лимитировано времени присутствия рекламы в передачах.

Пресечены возможности злоупотребления доверием детей.

Не разрешена пропаганда следующих видов товаров (согласно ст. 7 Федерального закона №38 «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015):

3

любых наркотических и психотропных средств, их источников и составных частей, включая растения;

табачных изделий всех модификаций и сопутствующих им товаров;

взрывчатых веществ (примечание: допускается пиар пиротехники);

человеческих органов для коммерческих целей;

абортных услуг;

товаров, запрещенных законом РФ к изготовлению и распространению;

товаров, не прошедших необходимую государственную регистрацию, сертификацию или лицензирование на производство и дальнейшую реализацию.

ФЗ «О рекламе» накладывает ряд ограничений и правил на рекламу отдельных видов товаров, продуктов и услуг. Например, знаете ли вы какая реклама запрещена вообще в интернете? Рекламирование алкогольной продукции. Также, например, реклама продукции военного назначения и оружия не должна обращаться к несовершеннолетним или использовать их образы.

Последнее время распространенным мошенничеством стала выдача кредитов под процент, определить который не всегда представляется возможным без сложных расчетов. Поэтому ФАС обязала структуры, занимающиеся кредитованием граждан, указывать в пропаганде точную стоимость кредита.

Еще один запрет налагается на рекламу биологически-активных добавок. В частности, при их рекламировании запрещено употреблять такие слова как лечение, лечить и т.д. Все выражения должны быть заменены синонимами без употребления этих слов. Не разрешается рекламировать и услуги народных целителей, представителей оккультных организаций, если они не имеют специальных разрешений.

В планах разработать положения закона, которые будут запрещать рекламу вредных продуктов питания, особенно это касается фаст-фуда. И хотя законы очень строго оговаривают все виды рекламы, тем не менее, многие нарушают их, пытаются обойти ограничения всевозможными методами. Все попытки обойти закон и создать спорные рекламные сообщения преследуются законом.

Ценой скандальной рекламной кампании станут репутационные риски для исполнителя и бренда, а также штрафные санкции, наложенные на юридическое лицо - заказчика рекламы.

Существует пять основных способов правовой защиты потребителей и конкурирующих фирм от неудовлетворительных методов продвижения: предоставление полной информации, подтверждение заявлений, решение о прекращении, исправительная реклама и штрафы.

Предоставление полной информации требует, чтобы потребитель имел все данные, необходимые для принятия правильного решения.

Подтверждение заявлений требует, чтобы фирма могла доказать все сделанные ею заявления.

Решение о прекращении означает, что фирма должна прекратить нечестную практику и изменить предоставляемую информацию. При этом ее не принуждают признавать вину или выплачивать штрафы.

4

Исправительная реклама требует публикации новых объявлений, если нужно исправить неправильное впечатление, оставленное предыдущими объявлениями.

Штрафы могут взиматься с фирмы за нечестную деятельность по продвижению своих товаров или услуг. Компанию можно заставить выплатить большую компенсацию потребителям, если, например, она не соблюдает сроки поставки.

Согласно ст. 9 Федерального закона № 38-ФЗ «О рекламе», под стимулирующим мероприятием понимается конкурс, игра или иное подобное мероприятие, условием участия в которых является приобретение определенного товара.

Библиографический список

1. Андреев В.Д., Боков М.А. Теория и практика стратегического планирования/Под ред. В.И. Шаповалова. Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2017. 264 с.
2. Андреева, Н. Н. Формы современного прямого маркетинга и их классификация/Н. Н. Андреева//Маркетинговые коммуникации. -2018. -№ 4. -С. 236 -247.
3. Березина Е.А. Исследование эффективности организации маркетинга на предприятии. СМАЛЬТА. 2017. № 6. С. 18-20.
4. Беркутова, Т. А. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие/Т. А.Беркутова. -Ростов н/Д: Феникс, 2015. -254 с.
5. Дубровин И.А. Поведение потребителей: учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. 312 с.
6. Ефимова С.А. Маркетинговое планирование. М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2018. С. 122
7. Жариков А.В., Горячев Р.А. Прогнозирование спроса и объема продаж: Учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2017. – 39 с.
8. Завьялов, П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие/П. С. Завьялов. - М.:ИНФРА-М, 2017. -496 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/69993>