

УДК [347.77:659](075.8)
ББК 67.401.114я73-1
С24

Рецензент:
кандидат юридических наук, профессор *В.И. Иванов*

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*,
кандидат юридических наук, доктор экономических наук, профессор,
лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники

Свиридова, Екатерина Александровна.
С24 Правовое регулирование рекламы: учеб. пособие для
студентов вузов, обучающихся по специальности «Юрис-
пруденция» / Е.А. Свиридова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА:
Закон и право, 2015. — 191 с.

ISBN 978-5-238-01581-1

Агентство СІР РГБ

В учебном пособии рассмотрены вопросы правового обеспе-
чения рекламной деятельности. Представлены правовые аспекты
понятия «реклама» в контексте авторского и патентного права.
Показана роль государственного антимонопольного контроля
в сфере рекламной деятельности, разбирается судебная практика
по законодательству о рекламе.

Для студентов, аспирантов и преподавателей юридических
вузов, а также работников рекламных агентств.

ББК 67.401.114я73-1

ISBN 978-5-238-01581-1 © ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2009
Принадлежит исключительное право на исполь-
зование и распространение издания.
Воспроизведение всей книги или любой ее части
любыми средствами или в какой-либо форме, в
том числе в Интернет-сети, запрещается без пись-
менного разрешения издательства.
© Оформление «ЮНИТИ-ДАНА», 2009

Оглавление

От автора	3
Глава 1. Правовой аспект рекламы	4
1.1. К истории понятия «реклама»	4
1.2. Реклама как информация	12
1.3. Реклама как правовое явление	16
1.4. Реклама как представление	25
1.5. Рекламная деятельность как объект комплексного правового регулирования	29
1.6. Правовой аспект рекламы как результата творческой деятельности	49
Глава 2. Реклама как объект права	64
2.1. Реклама в контексте авторского права. Признаки объекта авторского права в рекламе	64
2.2. Реклама в контексте патентного права	93
2.3. Реклама как средство индивидуализации	113
Глава 3. Судебный и административный контроль за соблюдением требований законодательства о рекламе	142
3.1. Государственный антимонопольный контроль в сфере рекламы	142
3.2. Судебная практика по законодательству о рекламе	151
Библиографический список	170