


основные требования к рекламе



Загрузок: 2867 Скорость: 1.43 Мб/с

СКАЧАТЬ

Рейтинг: ★★★★★
Автор: Clopper

Безопасно! Вирусов нет

В ❤️ 196 Нравится 100 Твитнуть g+1 50 95

 161 комментариев В



Саша
Благодарочка за все!
1 минуту назад



Ангелина
Побольше бы таких сайтов.
1 минуту назад



Гриша
Первый раз тут, скорость загрузки радует, наличие файлов тоже!
1 минуту назад



Марина
Всем советую, качает быстро.
1 минуту назад



Леша
не поверил глазам, есть все. спасибо!
1 минуту назад



Оксана
Глупости говорят, что незаменимых не бывает, без этого сайта я бы пропала.
1 минуту назад

Реклама должна быть понятна потребителю, не обладающему специальными знаниями. Реклама должна быть распознаваема без применения технических средств именно как реклама в момент ее представления. Поскольку реклама обращена к неопределенному кругу лиц, на территории Российской Федерации она должна распространяться на русском языке. На государственных языках республик и родных языках народов РФ реклама может распространяться дополнительно, по усмотрению рекламодателей.

1. Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. 2. Недобросовестной признается реклама, которая: 1) содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами ; 2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента ; 3) представляет собой рекламу товара ... Основные требования к рекламе. Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Слово "недобросовестная" включает в себя слово "совесть". Значит, "недобросовестная реклама" - это бессовестная, беззастенчивая, наглая реклама, такая реклама, судя по содержанию которой у ее рекламодателя (рекламопроизводителя) имеются проблемы с совестью - чувством нравственной ответственности за свое поведение перед собой, окружающими людьми...

В средствах массовой информации допускается реклама лекарственных средств, отпускаемых только без рецепта врача. Независимо от формы реклама должна соответствовать фармакологическим данным о лекарственных средствах, полученным при клинических исследованиях лекарственных средств, и требованиям государственного информационного стандарта. Федеральный закон № 244-ФЗ от 29.12.2006 года № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» предусматривает возможность организатора азартных игр в букмекерской конторе самостоятельно определять событие, от которого зависит исход пари, за исключением случаев, установленных федеральными законами. Федеральный закон № 244-ФЗ от 29.12.2006 года № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» предусматривает возможность организатора азартных игр в букмекерской конторе самостоятельно определять событие, от которого зависит исход пари, за исключением случаев, установленных федеральными законами.

Основные требования к рекламе в политике. Любому политическому объекту или субъекту, прежде чем использовать в своих целях рекламу необходимо ответить на вопрос – с какой целью создается данный постер или ролик и какой фрагмент стратегического образа он должен донести и внедрить в сознание и подсознание аудитории. При нарушении данных требований создаются яркие образы, впечатляющие самих создателей и заказчиков, запускаются слоганы без предварительной проверки ... Общие требования, предъявляемые к рекламе, перечислены в ст. 5 Федерального закона «О рекламе». Так, реклама не должна: - побуждать к совершению противоправных действий ; - призывать к насилию и жестокости ; - иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта ; - формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц.