



Statut Publishers
ИЗДАТЕЛЬСТВО СТАТУТ

Н.Н. Кузина • Э.Л. Страунинг

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНЫХ ОТНОШЕНИЙ
В РОССИИ И ИСПАНИИ
(сравнительно-правовое исследование)


СТАТУТ
МОСКВА 2014

ББК 67.401.114
УДК 342.951
К 89

Авторы:

Кузина Наталья Николаевна – специалист в сфере правового регулирования предпринимательских отношений, автор ряда научных статей, посвященных проблемам правового регулирования отношений в сфере рекламы.

Страунинг Эдуард Леонидович – кандидат юридических наук, автор более 50 работ, посвященных проблемам правового регулирования отношений в сфере рекламы, в том числе научных статей и учебных пособий.

Рецензент:

Аполлонов Андрей Олегович – кандидат юридических наук.

Кузина Н.Н., Страунинг Э.Л.

К 89 **Правовое регулирование рекламных отношений в России и Испании (сравнительно-правовое исследование). М.: Статут, 2014. – 158 с.**

ISBN 978-5-8354-1079-8

Книга является первой специальной работой, посвященной сравнительно-правовому исследованию правового регулирования рекламных отношений в России и Испании. Авторами анализируются сфера применения рекламного законодательства в России и Испании, системы рекламного законодательства, структуры законов, регулирующих рекламные отношения, исследуются вопросы регулирования договорных отношений, складывающихся в рекламной сфере обеих стран, на основе чего выдвигаются предложения по совершенствованию рекламного законодательства России и Испании.

Предназначается для научных работников, юристов-практиков, преподавателей, аспирантов и студентов юридических факультетов, а также всех, интересующихся проблемами современного предпринимательского, коммерческого (торгового) права и работников, занятых в рекламной сфере как в России, так и в Испании.

ББК 67.401.114
УДК 342.951

ISBN 978-5-8354-1079-8

© Кузина Н.Н., Страунинг Э.Л., 2014
© Издательство «Статут», редподготовка, оформление, 2014

Содержание

Введение	4
Глава 1. Сфера применения законов (предмет регулирования)	10
§ 1. Закон России о рекламе	10
§ 2. Закон Испании о рекламе	39
Глава 2. Система рекламного законодательства	55
Глава 3. Структура законов о рекламе	61
Глава 4. Цели рекламного законодательства	72
Глава 5. Стороны рекламного правоотношения	77
§ 1. Рекламодатель	77
§ 2. Потребитель рекламы.....	87
Глава 6. Договорные рекламные отношения	93
§ 1. Общие положения	93
§ 2. Виды договоров в сфере рекламы и их классификация.....	118
§ 3. Рекламные договоры	128
§ 4. Договоры на распространение рекламы.....	131
§ 5. Договор на создание рекламы.....	135
§ 6. Договор спонсорства	140
Заключение	143
Литература	146
Рецензия А.О. Аполлонова	156