

试卷代号:1230

座位号

国家开放大学(中央广播电视大学)2016年春季学期“开放本科”期末考试

广告法规与管理 试题

2016年7月

| 题号 | 一 | 二 | 三 | 四 | 总分 |
|----|---|---|---|---|----|
| 分数 | | | | | |

| 得分 | 评卷人 |
|----|-----|
| | |

一、选择题(每小题有四个备选答案,有1—4个正确的,请将正确答案的序号填在题干的括号内。每小题4分,共20分。多选少选不给分)

- 任何一个广告的成功与否,都离不开两个要素()。
A. 真实性
B. 广泛性
C. 艺术性
D. 多样性
- 与广告管理法规相比,以下哪些是广告道德具有的特点?()
A. 宽泛性
B. 民族性
C. 国家强制性
D. 道德约束性
- 《广告业务员证》有效期为()。
A. 一年
B. 二年
C. 三年
D. 四年
- 《广告法》第16条规定不得做广告的特殊药品包括()。
A. 麻醉药品
B. 精神药品
C. 毒性药品
D. 放射性药品
- 《反不正当竞争法》明确规定:“经营者利用广告或者其他方法,对商品作引人误解的虚假宣传的,监督检查部门应当责令停止违法行为,消除影响,可以根据情节处()。
A. 1千元以上2万元以下的罚款
B. 1万元以上10万元以下的罚款
C. 1万元以上20万元以下的罚款
D. 2万元以上20万元以下的罚款

| | |
|-----|-----|
| 得 分 | 评卷人 |
| | |

二、名词解释(每小题 5 分,共 30 分)

6. 广告管理的强制性
7. 消费者权益受损后的法律救济
8. 广告经营者管理
9. 广告市场运作管理
10. 类药品广告
11. 广告行政处罚复议

| | |
|-----|-----|
| 得 分 | 评卷人 |
| | |

三、填空题(每空 1 分,共 20 分)

12. 广告管理的多层次是指政府行政立法管理、_____、_____和_____的多层次相互协作管理。
13. 1906 年,美国颁布_____,规定商品的包装与刊登广告均应符合法律,禁止伪造、冒牌和不实之词。这是美国最早涉及广告管理的法令。
14. 实际上,对广告经营单位的审批是一个_____,_____、_____的有序过程。
15. 我国现行的广告审查仍由广告经营者担任,其程序仍沿袭过去惯例,由四个阶段组成:承接登记,初审,_____,_____。
16. 一般地说,广告管理法规具有以下特点:目的性,_____,_____,_____,稳定性。
17. 对广告内容的证明文件或材料的验证管理,是指广告经营者、广告发布者为确保广告内容的_____与_____,对广告主所提交的广告内容的证明文件或材料的查验。
18. 全国性经营广告业务的企业、中外合资、合作经营广告业务的企业、兼营广告业务的事业单位申请直接承揽外商来华广告,举办_____活动,由国家工商行政管理局核准。
19. 我国《广告法》第 18 条规定:禁止利用广播、电影、电视、报纸、期刊发布_____。

20. 印刷广告按其性质,可分为_____和_____两种。

21. 我国广告管理的法律、法规依照广告违法行为的情节轻重、危害严重程度,规定了行政、_____、_____三种法律责任,并制订了相应的处罚原则。

| 得 分 | 评卷人 |
|-----|-----|
| | |

四、问答题(每小题 15 分,共 30 分)

22. 简述广告行政管理机构有哪些职能?

23. 申请广告行政处罚复议的条件有哪些?

试卷代号:1230

国家开放大学(中央广播电视大学)2016年春季学期“开放本科”期末考试

广告法规与管理 试题答案及评分标准

(供参考)

2016年7月

一、选择题(每小题有四个备选答案,有1—4个正确的,请将正确答案的序号填在题干的括号内。每小题4分,共20分。多选少选不给分)

1. AC 2. ABD 3. C 4. ABCD 5. C

二、名词解释(每小题5分,共30分)

6. 广告管理的强制性,是国家以行政立法的形式,规定了参与广告活动的各方应该享受的权利和应该履行的义务,为了维护法律的尊严,保证其顺利实施,在具体执行过程中具有强制性。广告管理的强制性主要表现在保护合法经营,取缔非法经营,查处虚假、违法广告。

7. 消费者权益受损后的法律救济,又称对消费者权益的司法保护,是指消费者在购买、使用商品或接受服务的过程中,由于经营者不法或不适当履行义务,致使其合法权益受到损害时,对受到损害的消费者权益进行救济,进一步明确消费者与经营者各自的权利、义务和所要承担责任,使争议双方的权利、义务重新处于确认状态。

8. 广告经营者管理是指广告管理机关依照广告管理法律、法规和有关政策规定,对以广告经营者为广告活动主体的广告经营活动全过程实施的监督管理行为。

9. 广告市场运作管理,是指广告管理机关为维护广告市场秩序,规范广告市场行为,建构广告新体制,按照国际上通行的广告代理制的要求,分别对广告主、广告经营者和广告发布者在广告市场运作中的分工和职责进行了明确的规定,以避免广告经营者和广告发布者的职能交叉、功能错位或功能替代等弊端的一种管理制度。

10. 类药品广告,是指含有药物并明确注册对某种疾病有防治效果的食品广告、化妆品广告以及其他商品广告。

11. 广告行政处罚复议,是指不服广告管理机关行政处罚的当事人(公民、法人或者其他组织),在一定时间期限内,依法向作出行政处罚决定的广告管理机关的上一级机关提出申请,请求重新处理;上一级广告管理机关根据有关法律、法规和规章,按照法定程序,对引起争议的具体行政处罚行为进行复查和重新审议,并依照不同情况,作出维持、变更或撤销原处罚决定的一种法律制度。

三、填空题(每空 1 分,共 20 分)

12. 广告审查制度 广告行业自律 社会监督管理
13. 《食品及药品法》
14. 审批 核准 发照
15. 复审 建立广告业务档案
16. 规范性 概括性 强制性
17. 真实性 合法性
18. 全国性的临时性广告经营
19. 烟草广告
20. 经营性 非经营性
21. 民事 刑事

四、问答题(每小题 15 分,共 30 分)

22. 简述广告行政管理机构有哪些职能?

答:主要行使以下职能:

- (1)负责广告立法和法规解释;(3分)
- (2)对广告经营单位的审批;(3分)
- (3)对广告主和广告经营者的监督与指导;(3分)
- (4)对广告违法案件的查处和复议;(3分)
- (5)协调与服务。(3分)

23. 申请广告行政处罚复议的条件有哪些?

答:对广告行政处罚决定不服的当事人,应当在接到处罚通知之日起 15 日内向作出处罚决定的广告管理机关的上一级机关申请复议。(3分)除此而外,申请复议还应当符合下列条件:

- (1)申请人是认为具体广告行政处罚行为直接侵犯其合法权益的公民、法人或者其他组织;(2分)
- (2)有明确的被申请人;(2分)
- (3)有具体的复诉请求和事实根据;(2分)
- (4)属于申请复议范围;(2分)
- (5)属于受理复议机关管辖;(2分)
- (6)法律、法规规定的其他条件。(2分)