8 (495) 698-63-64
8 (800) 234-55-22
seminar@finkont.ru
www.finkont.ru

Реклама, реклама в Интернете, ее маркировка, ответственность за нарушение законодательства о рекламе, правоприменительная практика

На семинаре слушатели получат практические рекомендации по правилам маркировки интернет-рекламы в 2026 году, защите прав на товарные знаки в сети Интернет и социальных сетях, минимизации рисков и защите от штрафов участников рекламного рынка.

Дата проведения: Открытая дата

Вид обучения: Семинар

Формат обучения: Дневной

Срок обучения: 1 день

Продолжительность обучения: 8часов

Место проведения: г. Москва, ул. Золотая, д. 11, бизнес-центр «Золото», 5 этаж. Всем участникам высылается подробная схема проезда на семинар.

Для участников предусмотрено:

Методический материал, кофе-паузы.

Документ по окончании обучения: Сертификат об участии в семинаре.

Для кого предназначен

Руководителей компаний, юристов, специалистов в сфере интеллектуальной собственности, руководителей и специалистов патентных отделов, директоров и специалистов департаментов рекламы и маркетинга.

Цель обучения

Получить разъяснения действующего законодательства по вопросам маркировки и ответственности за нарушение правил маркировки интернет-рекламы, рассмотреть особенности доказывания нарушений в сети Интернет и взыскания компенсаций, практику защиты прав на товарные знаки.
Это мероприятие можно заказать в корпоративном формате (обучение сотрудников одной компании).

Программа обучения

- Особенности рекламы. Квалификация и толкование рекламы в практике ФАС России.
- Общие требования к рекламе.
- Ответственность, субъекты ответственности за нарушение законодательства о рекламе.
- Недобросовестная и недостоверная реклама.
- «Индивидуальные предложения» и квалификация их в качестве рекламы.
- Ответственность за звонки,-push-уведомления, рассылку сообщений.
- Практика привлечения к ответственности банков за ненадлежащую рекламу, в частности, за рекламу, вводящую в заблуждение.

- Запреты в рекламе, новые запреты.
- Разница между рекламой и развернутой информацией. Типичные ошибки.
- Реклама на собственном сайте, «самореклама» и полезная информация. В чём разница?
- Реклама в мобильных приложениях и ее маркировка. Формирующаяся практика по рекламе в мобильных приложениях.
- Реклама в группах соцсетей, в запрещённых соцсетях. Реклама у блогеров. Призывы подписываться и реклама.
- Реклама в Telegram-каналах и ее маркировка.
- Пресс-релизы и пост-релизы как реклама.
- Отзывы, обзоры, опросы, розыгрыши, конкурсы, объявления, объявления о вакансиях, анонсы и квалификация их в качестве рекламы.
- Товарные агрегаторы и реклама.
- Обязанности и ответственность рекламодателей и рекламораспространителей.
- Подходы ФАС России в отношении понятия «реклама» и рекламы, подлежащей маркировке.
- Маркировка рекламы и ее процедура, субъект отчётности и ответственности по маркировке рекламы в Интернете.
- Интегрированная в произведения реклама. Реклама в сюжетах, статьях и нарушение законодательства о рекламе. Нативная и «скрытая» реклама.
- Рекламный сбор и рекламные налоги.
- Договорные аспекты маркировки рекламы.
- Ответственность за использование ключевых слов, мета-тегов с чужими товарными знаками и иными средствами индивидуализации в Интернете.
- Использование чужих средств индивидуализации, в частности товарных знаков, в хэш-тегах соцсетей для продвижения своих товаров и услуг.

Преподаватели

АФАНАСЬЕВ Дмитрий Викторович

Эксперт-координатор законопроектной работы Экспертного Совета Комитета Государственной Думы по информационной политике, информационным технологиям и связи, советник государственный гражданской службы РФ 2 класса, преподаватель кафедры гражданского права и кафедры интеллектуальных прав Московского государственного юридического университета (МГЮА), магистр частного права.