

Школа права "СТАТУТ"

Программа повышения квалификации

РЕКЛАМА, РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ, МАРКИРОВКА РЕКЛАМЫ: ответственность, административная и судебная практика

>> **Время проведения: 22–23 октября 2026 года**

>> **Место проведения: Конференц-зал на Филипповском**
(г. Москва, Филипповский пер., д. 8, стр. 1 (ст. метро «Кропоткинская», «Арбатская»))

>> **Стоимость участия: 29 900 рублей.** НДС не облагается.

>> **Вопросы программы:**

Григорьев Дмитрий Андреевич

директор юридического департамента Европейской Медиагруппы

ПОНЯТИЕ, КВАЛИФИКАЦИЯ И ТОЛКОВАНИЕ РЕКЛАМЫ.

- Квалификация и толкование рекламы.
- Отличие рекламы от продвижения, пиара, новостей и авторского контента.
- Общие требования к рекламе.
- Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
- Рассмотрение рекламных споров, в частности, сроки, субъекты, ответственность.
- Договорные аспекты маркировки рекламы.
- Рекламный сбор и рекламные налоги.
- Особенности рекламы в интернете.

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

МАРКИРОВКА РЕКЛАМЫ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ В ИНТЕРНЕТЕ

- Особенности рекламы. Применение на практике характеристик рекламы.
- "Индивидуальные предложения" и квалификация их в качестве рекламы.
- Ответственность за звонки, push-уведомления, рассылку сообщений.
- 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.
- 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.
- 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.

Никитина Татьяна Евгеньевна

начальник управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС РФ

ПРАКТИКА И ПОДХОДЫ ФАС РОССИИ В ОТНОШЕНИИ РЕКЛАМЫ, РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ:

- Подходы ФАС России в отношении понятия «реклама» и рекламы, подлежащей маркировке.
- Реклама, подлежащая маркировке.
- Разграничение рекламы и иных видов информации. Понятие объекта рекламирования.
- Субъекты маркировки рекламы.
- Правила рассмотрения в ФАС России дел о нарушении законодательства о рекламе.

Всего академических часов: 18

Дополнительная информация:

тел/факс: (499) 750-7272 | post@statut.ru | www.statut.ru