Школа права "СТАТУТ"

Программа повышения квалификации

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

>> Время проведения:
25–26 сентября 2025 года

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

>> Стоимость участия:
29 900 рублей без проживания. НДС не облагается.

>> Вопросы программы:

Григорьев Дмитрий Андреевич
директор юридического департамента Европейской Медиагруппы

ПОНЯТИЕ, КВАЛИФИКАЦИЯ И ТОЛКОВАНИЕ РЕКЛАМЫ.
- Отличие рекламы от продвижения, пиара, новостей.
- Формальные требования к рекламе.
- Недобросовестная и недостоверная реклама.
- Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
- Рассмотрение рекламных споров, в частности, сроки, субъекты, ответственность.
- Договорные аспекты маркировки рекламы.

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
- Разница между рекламой и информацией о товаре, товарном знаке. Типичные ошибки.
- Разница между рекламой и продвижением товарного знака (товара, услуги).
- Обязанности рекламодателей и рекламораспространителей.
- Реклама на собственном сайте, самореклама и полезная информация. В чём разница?
- Квалификация отзывов и вакансий в качестве рекламы.
- Реклама в соцсетях, на странице компании, в пабликах. Реклама в запрещённых соцсетях.
- Информация о товарном знаке и нарушение законодательства о рекламе.
- Интеграция товарного знака (товара, услуги) в сюжет, рекламные статьи и нарушение законодательства о рекламе.
- Контекстная реклама в Интернете, ответственность за использование ключевых слов.
- Процедура отчёта о маркировке рекламы в Интернете.
- Новостные агрегаторы и реклама.
- Товарные агрегаторы и реклама.

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: 16

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