

Реклама и товарные знаки в Интернете: правоприменительная практика, маркировка рекламы, ответственность

На семинаре слушатели получают практические рекомендации по правилам маркировки интернет-рекламы в 2024 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: 8 часов

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

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 рекламодателей-распространителей.
- Реклама на собственном сайте, самореклама и полезная информация. В чем разница?
- Квалификация отзывов и вакансий в качестве рекламы.
- Реклама в соцсетях, в частности, на странице компании, в пабликах. Реклама в запрещенных соцсетях.

- Информация о-товарном знаке и-нарушение законодательства о-рекламе. Недобросовестная и-недостоверная реклама.
- Интеграция товарного знака (товара, услуги) в-сюжет, рекламные статьи и-нарушение законодательства о-рекламе.
- Маркетплейсы и-реклама.
- Ответственность за-нарушение законодательства о-рекламе.

Товарные знаки и-иные средства индивидуализации (далее— товарные знаки) на-сайтах, в-социальных сетях, доменах, поисковой выдаче.

- Особенности привлечения к-ответственности за-нарушения прав в-Интернете. Типичные ошибки.
- Способы доказывания нарушений в-Интернете, помимо нотариального заверения.
- Товарные знаки на-сайте, в-частности, в-HTML-коде.
- Особенности взыскания компенсации и-иных сумм за-нарушения прав в-Интернете.
- Товарные знаки в-доменных именах. Киберсквоттинг, «обратный захват» доменов.
- Международные процедуры рассмотрения доменных споров (UDRP, URS) и-особенности исполнения решений по-доменным спорам.
- Использование товарных знаков в-ключевых словах, мета-тегах. Недобросовестное использование чужих товарных знаков.
- Информация о-товарном знаке, законное использование чужого товарного знака, в-частности, в-контекстной рекламе.
- Интеграция товарного знака в-сюжет, рекламные статьи (нативная реклама) и-нарушение прав на-используемый знак.
- Товарные знаки в-соцсетях, в-частности, в-хэш-тегах, страницах, пабликах.
- Маркетплейсы и-товарные знаки. Правовой статус маркет-плейсов.
- Практика и-основания взыскания крупных сумм компенсации за-нарушение прав на-товарные знаки.

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.