

# 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-рекламораспространителей.
- 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, публицах.
- 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 государственной гражданской службы РФ 2 класса, преподаватель кафедры гражданского права и кафедры интеллектуальных прав Московского государственного юридического университета (МГЮА), магистр частного права.