

## ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

**Вивчає** принципи і сферу застосування рекламного законодавства; правові механізми регулювання реклами та рекламної діяльності; принципи, загальні та спеціальні законодавчі вимоги до реклами; правила ідентифікації реклами; порядок укладання та вимоги до договору на виготовлення рекламного продукту (договір підряду); правила використання об'єктів авторського права і (або) суміжних прав у рекламі; законодавче регулювання та вимоги до політичної реклами (виборча агітація); законодавчі проблеми регулювання Internet реклами (в тому числі в Facebook, Instagram); правовий статус правові вимоги та ознаки недобросовісної реклами (дискредитація суб'єкта господарювання, неправомірне використання позначень, неправомірне використання товару іншого виробника, копіювання зовнішнього вигляду виробу), поширення реклами яка вводить в оману, приховану рекламу, недобросовісну порівняльну рекламу; законодавчі вимоги до рекламування деяких видів товарів/послуг (реклама лікарських засобів; ветеринарних лікарських засобів; алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності; реклама азартних ігор, організаторів азартних ігор; реклама зброї; реклама у сфері фінансових послуг; реклама послуг із працевлаштування; реклама фінансових інструментів, ринків капіталу та організованих товарних ринків; реклама об'єктів будівництва, будівель, приміщень); принципи і порядок здійснення перевірок у сфері рекламної діяльності (наявність законних підстав; плановість та системність нагляду і контролю; повноваження органів державного нагляду (контролю); права, обов'язки учасників рекламної діяльності під час здійснення державного нагляду (контролю); повноваження Держпродспоживслужби України та Антимонопольного комітету України за дотриманням рекламного законодавства; порядок розмежування контрольних повноважень інших державних органів влади за дотриманням рекламного законодавства; принципи здійснення захисту прав споживачів у разі порушення їх прав недобросовісною рекламою (інформація яка вводить або може ввести в оману); способи захисту прав споживачів за недотриманням суб'єктами господарювання рекламного законодавства, органами влади, судами та громадськими об'єднаннями; підстави, способи та порядок притягнення до відповідальності винних осіб за порушення рекламного законодавства; порядок накладення стягнень за порушення рекламного законодавства.

**Основна увага** при вивченні дисципліни приділена набуттю студентами необхідних практичних умінь і навичок роботи з нормативно-правовими актами для професійного застосування у сфері реклами та зв'язків з громадськістю.

**У результаті опанування дисципліни студенти:**

- здобудуть комплексне розуміння про порядок та процедуру захисту законних прав учасників рекламної діяльності та споживачів реклами;
- оволодіють основами правозахисної діяльності у сфері реклами, питань професійної етики, юридичного письма, техніки ведення переговорів, аналізу документів, складання процедурних документів тощо;
- опанують сучасні прийоми та навички оперативного реагування на зміни чинного законодавства;
- оволодіють специфікою критичного аналізу застосування норм рекламного законодавства щодо дотриманням суб'єктами господарювання законодавчих принципів реклами;
- зможуть самостійно вирішувати юридичні кейси щодо загальних та спеціальних вимог рекламного законодавства, шляхом аналізу справи та вироблення позицій по справі;
- опанують механізмами спілкування з представниками суб'єктів господарювання (учасниками рекламної діяльності), представниками органів влади;
- зможуть самостійно оформлювати запити, пропозиції (зауваження), заяви (клопотання), скарги;
- оволодіють навичками пошуку оптимальних шляхів вирішення спорів, щодо дотримання вимог рекламного законодавства;
- зможуть використовувати здобуті знання у професійній діяльності.

**Пререквізити:\*** «Господарське право», «Договірне право».