Тема 1. Саморегулювання як провідний міжнародний процес в рекламі. Рекламне саморегулювання і закон. Принципи діяльності саморегулювання в рекламній індустрії. Основа національних кодексів та їх інтерпретація. Розгляд скарг від споживачів. Санкції в міжнародному рекламному процесі. Підтримка публічної обізнаності про систему. Моніторинг реклами та попередня експертиза, затвердження. Саморегулювання на рівні ЄС. Системи рекламного саморегулювання в Європі.