Тема 3. Походження, структура, цілі та діяльність Європейської асоціації саморегулювання міжнародної реклами.

Членство, структура і фінансування ЄАСР. Провідні напрями діяльності на національному рівні. Популяризація саморегулювання на рівні ЄС. Специфіка програми «Гет фіт» («Прорив»). Розгляд транскордонних скарг. Висвітлення діяльності ЄАСР в засобах масової інформації, міжнародні публікації та дослідження міжнародної реклами. Законодавча база ЄС: комерційні комунікації, директ-маркетинг, приватність і захист даних, захист споживачів, норми для специфічних галузей і продукції. Міжнародна рекламна практика й кодекси. Модель ЄАСР «найкращої практики» міжнародного рекламного саморегулювання. Хартія саморегулювання в рекламі. Міжнародні кодекси міжнародної торгової палати.