Тема 7

**ЗАКОН УКРАЇНИ «ПРО РЕКЛАМУ» У КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ЗАКОНОДАВСТВА: АСПЕКТИ ПОРІВНЯЛЬНОЇ РЕКЛАМИ, НЕДОБРОСОВІСНОЇ РЕКЛАМИ,**

**РЕКЛАМИ, ЩО ВВОДИТЬ В ОМАНУ**

1. Загальний аналіз ЗУ «Про рекламу» та його зміна у контексті набуття чинності ЗУ № 0953 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо гармонізації законодавства у сфері порівняльної реклами із правом Європейського Союзу)» (2019).
2. Директива 2006/114/ЄС Європейського Парламенту та Ради «Про введення в оману та порівняльну рекламу» (2006): поняття «реклама, що вводить в оману», «порівняльна реклама» та критерії їх визначення.
3. Директива № 2005/29/ЄС про недобросовісну комерційну практику по відношенню до споживачів на внутрішньому ринку. Види несправедливих торгівельних практик: *оманливі* (в тому числі оманливе умовчання) та *агресивні*.
4. Поняття «порівняльна реклама» у ЗУ «Про рекламу». Аналіз ст. 11 Закону.
5. Поняття «недобросовісна реклама» у ЗУ «Про рекламу».
6. Критерії нечесної підприємницької практики у ЗУ «Про захист прав споживачів».
7. ЗУ «Про захист від недобросовісної економічної конкуренції» у контексті рекламної діяльності.
   1. Неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання: *неправомірне використання позначень, неправомірне використання товару іншого виробника, копіювання зовнішнього вигляду виробу, порівняльна реклама.*
   2. Створення перешкод суб'єктам господарювання у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції: *дискредитація суб'єкта господарювання, поширення інформації, що вводить в оману.*

**Рекомендовані джерела**

1. ЗУ «Про захист від недобросовісної конкуренції». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр>
2. ЗУ «Про рекламу». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>.
3. ЗУ «Про захист прав споживачів». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
4. ЗУ «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо гармонізації законодавства у сфері порівняльної реклами із правом Європейського Союзу». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/286-20>
5. Директива 2006/114/ЄС Європейського Парламенту та Ради «Про введення в оману та порівняльну рекламу» (2006) (дивись Додаток 1 до семінару).
6. Директива № 2005/29/ЄС про недобросовісну комерційну практику по відношенню до споживачів на внутрішньому ринку. Україна та Угода про асоціацію: моніторинг виконання з 1 грудня 2016 року до 1 листопада 2017 року. С. 133-139. URL: <http://ucep.org.ua/wp-content/uploads/2017/12/UCEP_report_3_WEB_FINAL.pdf>
7. Данькова Н. Порівняльна реклама в законі: чи готові бренди до рекламної війни? *Детектор Медіа*. URL: <https://detector.media/rinok/article/172741/2019-11-26-porivnyalna-reklama-v-zakoni-chi-gotovi-brendi-do-reklamnoi-viini/>

**Практичні завдання**

1. Розробіть концепцію порівняльної реклами освітніх послуг ЗНУ та Національного університету «Запорізька політехніка» за новими законодавчими вимогами у галузі реклами. Концепція має підкріплюватися оригінальними (авторськими) рекламними матеріалами (приміром, рекламний буклет). Студент має право обрати інші організації, узгодивши це з викладачем.
2. Наведіть приклади недобросовісної реклами із зазначенням порушених критеріїв (не менше 10). Для аналізу оберіть актуальну рекламу, розміщену у комунікаційному просторі м. Запоріжжя.
3. Наведіть приклади рекламної інформації, що вводить в оману (не менше 10 зразків).