



ВА599

ПРАВНИ АСПЕКТИ НА ДИГИТАЛНИЯ МАРКЕТИНГ

Приета: Прот. №18/25.09.2024

Лектор: Евгения Ганчева

АНОТАЦИЯ

Дисциплината „Правни аспекти на дигиталния маркетинг“ разглежда ключови правни въпроси на дигиталния маркетинг в условията на динамично променяща се правна рамка в ерата на информационното общество.

В днешния доминиран от технологиите свят, маркетингът претърпя трансформираща промяна. Бизнесът сега използва усъвършенстван анализ на данни, използва силата на социалните медийни платформи и използва персонализирана реклама, за да ангажира потребителите по начини, невъобразими само преди няколко десетилетия. Въпреки че тези иновации предоставят безпрецедентни възможности за достигане и разбиране на целевите аудитории, те също така пораждаят безброй правни предизвикателства, пред които маркетинговете трябва да се изправят.

Учебният материал е разделен на дванадесет теми, които разкриват панорамен поглед към правото като фундамент на законосъобразното развитие на отношенията в обществото и пресечните точки на основните правни отрасли и институти с дигиталния маркетинг като независима, бързо развиваща се сфера на икономическа активност.

ОСНОВНИ ЦЕЛИ И ИЗХОДНИ УЧЕБНИ РЕЗУЛТАТИ

Правната рамка на дигиталния маркетинг обхваща различни правни области, включително защита на данните, поверителност, рекламни стандарти на индустрията, закон за авторското право и закон за марките и географските означения и други ключови въпроси. За практикуващите в сферата на маркетинга е наложително да разберат как тези закони се прилагат към дигиталните маркетингови дейности, за да избегнат правни капани. Познаването на основите помага при изработването на маркетингови стратегии, които да са не само ефективни, но и законосъобразни. След приключване на курса студентите ще:

- познаване на основите на правото;
- знаят основните правни сфери, в които маркетинга и правото се пресичат;
- могат да анализират конкретни казуси за правонарушения, наложените санкции и репутационни щети за нарушителите.

ПРЕДПОСТАВКИ

Курсът е подходящ за студенти без предварителна подготовка в областта на правото. Изискват се познания в областта на марката и специфичните маркетингови политики.

СТАТУТ И СТРУКТУРА

специалност	статут	Кредити	редовно и дистанционно обучение				задочно обучение			
			л	с	у	общ	л	с	у	общ
Маркетинг	Избираема	3	30			30	15			15

СЪДЪРЖАНИЕ НА КУРСА

Тема 1. Въведение и основни понятия в правото

Дефиниции, същност, теории за правото. Основни принципи на правото. Правни норми. Субекти на правото. Система на правото. Развитие на правото във времето.

Тема 2. Правната рамка на дигиталния маркетинг

Правно регулиране на интернет. Дигиталният маркетинг в контекста на услугите на информационното общество. Правна рамка на дигиталния маркетинг.

Тема 3. Навигиране в правилата за защита на личните данни и поверителността

Поверителността и защитата на личните данни на потребителите - ключов въпрос за дигиталния маркетинг. Пътеводител в GDPR (EU) 2016/679 – обща европейска рамка за защита личните данни на потребителите с глобален ефект. Практически въпроси и насоки. Бъдещето на дигиталния маркетинг и защитата на данните.

Тема 4. Потребителското право и дигиталния маркетинг

Правна уредба, източници на потребителското право. Права на потребителите. Потребителски договори. Неравноправни клаузи. Понятие за нелоялни търговски практики. Потребителската защита в дигиталния маркетинг.

Тема 5. Нелоялни търговски практики

Понятие и дефиниции. Правна рамка на нелоялните търговски практики. Видове нелоялни търговски практики. Контрол, регистър на КЗП за нелоялни търговски практики (НТП). Насоки за управление на риска от прилагане на НТП в дигиталния маркетинг.

Тема 6. Нелоялната конкуренция и дигиталния маркетинг

Нелоялната конкуренция – аномалия на добросъвестната търговска практика. Правна уредба. Забрана за нелоялна конкуренция по ЗЗК. Честната конкуренция на дигиталния пазар – препоръки и добри практики.

Тема 7. Електронна търговия и дигитален маркетинг

Понятие за електронната търговия. Ключови правни въпроси в е-търговия. Най-новите бизнес модели в е-търговия. Правни предизвикателства за дигиталния маркетинг в е-търговия.

Тема 8. Правата на интелектуална собственост и дигиталния маркетинг

Обекти на интелектуална собственост (ИС). Значението на ИС за икономическия растеж. Правата на интелектуална собственост и дигиталния маркетинг.

Тема 9. Авторски права

Авторски права (АП) – същност. Авторски и сродни права на аудиовизуални произведения (АВП). Права на производителите на бази данни (БД). Закрила на компютърните програми (КП) чрез системата на авторското право. Авторските права в дигиталния маркетинг.

Тема 10. Търговски марки

Търговската марка като обект на права на интелектуална собственост. Отношение на марка и бранд. Нарушения на правата върху марка. Колизия на регистрирана марка с домейн. Използване на марките в дигиталния маркетинг.

Тема 11. Законосъобразни кампании. Имейл маркетинг. Непоискани търговски съобщения

Как да не нарушаваме законите в маркетинговите кампании и комуникации? Правни въпроси в имейл маркетинга. Поискани и непоискани търговски съобщения. Инфлуенсър маркетинг – правни проблеми и решения. Последици от провеждане на незаконосъобразни кампании – материални и репутационни вреди. Отговорност за незаконосъобразни действия в маркетинга.

Тема 12. Казуси с дигитален маркетинг от практиката на българските и европейски съдилища

Практиката на българските съдилища по въпроси, свързани с незаконосъобразни маркетингови кампании. Известни казуси от значение за дигиталния маркетинг.

ПЛАНИРАНИ УЧЕБНИ ДЕЙНОСТИ И МЕТОДИ НА ОБУЧЕНИЕ

Курсът „Правни аспекти на дигиталния маркетинг“ включва лекции, казуси и примери за практическо приложение на правните принципи в контекста на дигиталния маркетинг. Студентите ще се запознаят с основните правни въпроси, свързани с онлайн рекламата, защита на личните данни, авторски права, електронната търговия и други аспекти на правото, които влияят на дигиталния маркетинг. Предвидено е провеждане най-малко две на консултации (дистанционно) чрез MS Teams.

МЕТОДИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ

I. Редовно и задочно обучение

Оценката се формира от задания и семестриален изпит. Семестриалният изпит е тест със закрити и отворени въпроси, покриващи всички теми от учебната програма.

II. Дистанционно обучение

Оценката се формира от текущо оценяване и семестриален изпит. Текущото оценяване се осъществява чрез 2 задания. Семестриалният изпит е електронен тест със закрити и отворени въпроси, покриващи всички теми от учебната програма.

ОСНОВНА ЛИТЕРАТУРА

1. Ганчева, Е. Правни аспекти на дигиталния маркетинг, платформа Moodle, Бургаски свободен университет, 2024
2. Ганчева, Е. Полезният ефект от семинарите за е-маркетинг“, публикация <https://www.linkedin.com>
3. Ганчева, Е. Законосъобразността като гаранция за по-добро потребителско преживяване, публикация <https://www.linkedin.com>

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation, <https://op.europa.eu/bg/publication-detail/-/publication/606365bc-d58b-11ec-a95f-01aa75ed71a1>
2. What is GDPR, the EU's new data protection law?, <https://gdpr.eu/what-is-gdpr/>
3. Информационна брошура на КЗЛД „Практически въпроси на защитата на личните данни след 25 май 2018 г.“, <https://срдр.bg/информационна-брошура-на-кзлд-практи/>
4. Непоялни търговски практики. Обучителни ресурси за България, https://www.consumerlawready.eu/sites/default/files/2023-02/BG_Module%204_2022FINAL.pdf
5. Общ регламент относно защитата на данните (GDPR), <https://gdprinfo.eu/bg>
6. Саракинов, Г. Право върху търговска марка в Република България, С., 2002



ВА599

ПРАВНИ АСПЕКТИ НА ДИГИТАЛНИЯ МАРКЕТИНГ

1. Въведение и основни понятия в правото

Дефиниции, същност, теории за правото. Основни принципи на правото. Правни норми. Субекти на правото. Система на правото. Развитие на правото във времето.

2. Правната рамка на дигиталния маркетинг

Правно регулиране на интернет. Дигиталният маркетинг в контекста на услугите на информационното общество. Правна рамка на дигиталния маркетинг.

3. Навигиране в правилата за защита на личните данни и поверителността

Поверителността и защитата на личните данни на потребителите - ключов въпрос за дигиталния маркетинг. Пътеводител в GDPR (EU) 2016/679 – обща европейска рамка за защита личните данни на потребителите с глобален ефект. Практически въпроси и насоки. Бъдещето на дигиталния маркетинг и защитата на данните.

4. Потребителското право и дигиталния маркетинг

Правна уредба, източници на потребителското право. Права на потребителите. Потребителски договори. Неравноправни клаузи. Понятие за нелоялни търговски практики. Потребителската защита в дигиталния маркетинг.

5. Нелоялни търговски практики

Понятие и дефиниции. Правна рамка на нелоялните търговски практики. Видове нелоялни търговски практики. Контрол, регистър на КЗП за нелоялни търговски практики (НТП). Насоки за управление на риска от прилагане на НТП в дигиталния маркетинг.

6. Нелоялната конкуренция и дигиталния маркетинг

Нелоялната конкуренция – аномалия на добросъвестната търговска практика. Правна уредба. Забрана за нелоялна конкуренция по ЗЗК. Честната конкуренция на дигиталния пазар – препоръки и добри практики.

7. Електронна търговия и дигитален маркетинг

Понятие за електронната търговия. Ключови правни въпроси в е-търговия. Най-новите бизнес модели в е-търговия. Правни предизвикателства за дигиталния маркетинг в е-търговия.

8. Правата на интелектуална собственост и дигиталния маркетинг

Обекти на интелектуална собственост (ИС). Значението на ИС за икономическия растеж. Правата на интелектуална собственост и дигиталния маркетинг.

9. Авторски права

Авторски права (АП) – същност. Авторски и сродни права на аудиовизуални произведения (АВП). Права на производителите на бази данни (БД). Закрила на компютърните програми (КП) чрез системата на авторското право. Авторските права в дигиталния маркетинг.

10. Търговски марки

Търговската марка като обект на права на интелектуална собственост. Отношение на марка и бранд. Нарушения на правата върху марка. Колизия на регистрирана марка с домейн. Използване на марките в дигиталния маркетинг.

11. Законосъобразни кампании. Имейл маркетинг. Непоискани търговски съобщения

Как да не нарушаваме законите в маркетинговите кампании и комуникации? Правни въпроси в имейл маркетинга. Поискани и непоискани търговски съобщения. Инфлуенсър маркетинг – правни проблеми и решения. Последници от провеждане на незаконосъобразни кампании – материални и репутационни вреди. Отговорност за незаконосъобразни действия в маркетинга.

12. Казуси с дигитален маркетинг от практиката на българските и европейски съдилища

Практиката на българските съдилища по въпроси, свързани с незаконосъобразни маркетингови кампании. Известни казуси от значение за дигиталния маркетинг.

ОСНОВНА ЛИТЕРАТУРА

1. Ганчева, Е. Правни аспекти на дигиталния маркетинг, платформа Moodle, Бургаски свободен университет, 2024
2. Ганчева, Е. Полезният ефект от семинарите за е-маркетинг“, публикация <https://www.linkedin.com>
3. Ганчева, Е. Законосъобразността като гаранция за по-добро потребителско преживяване, публикация <https://www.linkedin.com>

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation, <https://op.europa.eu/bg/publication-detail/-/publication/606365bcd58b-11ec-a95f-01aa75ed71a1>
2. What is GDPR, the EU's new data protection law?, <https://gdpr.eu/what-is-gdpr/>
3. Информационна брошура на КЗЛД „Практически въпроси на защитата на личните данни след 25 май 2018 г.“, <https://срдр.bg/информационна-брошура-на-кзлд-практи/>
4. Непоялни търговски практики. Обучителни ресурси за България, https://www.consumerlawready.eu/sites/default/files/2023-02/BG_Module%204_2022FINAL.pdf
5. Общ регламент относно защитата на данните (GDPR), <https://gdprinfo.eu/bg>
6. Саракинов, Г. Право върху търговска марка в Република България, С., 2002