АНО «Развитие человеческого капитала»
Обособленное подразделение «Техноград»

УТВЕРЖДЕНО
Приказом Генерального директора
АНО «Развитие человеческого капитала»
№ ОД-19/26 от «23» января 2026 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА

Наименование программы

«Технологии защиты и продвижения брендов в рекламе и социальных сетях»

Категория слушателей: начинающие SMM-специалисты, контент-менеджеры, таргетологи, интернет-маркетологи, инфлюенсеры, комьюнити-менеджеры, бильд-редакторы, бренд-менеджеры, медиабайеры, специалисты по коллаборациям, SMM-модераторы, креативные продюсеры, медиапланеры, контент-стратеги, трендвотчеры, директора по маркетингу, руководители творческих групп, менеджеры маркетплейсов, продакт-менеджеры, контент-менеджеры со специализацией SEO, специалисты по контекстной рекламе, контент-маркетологи, контекстологи, копирайтеры, инфлюенс-маркетологи, трафик-менеджеры, креативные директора, юристы по интеллектуальному праву, специалисты по социальным медиа, маркетологи-аналитики, аккаунт-менеджеры, аналитики рекламы, лица старше 18 лет, заинтересованные в получении новых компетенций, студенты высших учебных заведений и учреждений СПО, обучающиеся по специальностям «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Бизнес-информатика», «Коммерция (по отраслям)»

Объем: 16 часов

Форма обучения: очная с применением дистанционных технологий

Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы: сертификат о прохождении курса

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Наименование компонентов программы	Обязательные аудиторные учебные занятия (ч.)		Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа (ч.)	Всего учебной нагрузки (ч.)
	всего	**в т.ч. практических и семинарских занятий**		
Тема 1. Интеллектуальная собственность (виды). Авторские права.	**1,5**	0,5	2,5	**4**
Тема 2. Патентные права. Бренд и товарный знак.	**1,5**	0,5	2,5	**4**
Тема 3. Процедура защиты прав.	**1,5**	0,5	2,5	**4**
Тема 4. Актуальные изменения в законодательстве. Реклама.	**1,5**	0,5	2,5	**4**
ИТОГО:	**6**	**2**	**10**	**16**

Календарный учебный график

Период обучения (недели/дни)	Наименование модуля
1 день	**Тема 1.** Интеллектуальная собственность (виды). Авторские права.
2 день	**Тема 2.** Патентные права. Бренд и товарный знак.
3 день	**Тема 3.** Процедура защиты прав.
4 день	**Тема 4.** Актуальные изменения в законодательстве. Реклама.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ, РАЗДЕЛАМ (МОДУЛЯМ)

Наименование тем, разделов (разделов)	Содержание тем, разделов (модулей)
Тема 1. Интеллектуальная собственность (виды). Авторские права.	Виды объектов интеллектуальной собственности, группы (объекты авторских прав (ПО, картинки, шрифты, контент, дизайн, персонажи), патентные права (изобретения, полезные модели, промышленные образцы), средства индивидуализации – товарный знак, фирменное наименование, коммерческое обозначение), Роспатент, юридическая составляющая бренда, сроки действия исключительного права на контент, личные неимущественные права, иные права, принты, правила соблюдения чужих прав, передача прав на объект (договор), хэш-сумма файла, лицензия на временное использование, доказательство сходства объектов, шрифты, набор документов для доказательства и способы закрепления авторского права, ответственность за нарушения (копирование). **Практическое задание № 1. Сформировать список объектов интеллектуальной собственности на примере отдельного проекта.** **Самостоятельная работа № 1. Изучение 4 из 15 тем, представленных в списке для самоподготовки (раздел 7.1. программы).**
Тема 2. Патентные права. Бренд и товарный знак.	Авторские права на созданные искусственным интеллектом объекты (фото, статьи, видео), право на изображение гражданина, информационный посредник, удаление незаконного контента, патентные тролли, меры при нарушении прав (фиксация, претензия, переговоры, иск в суд), объекты патентного права, дизайн изделия. Бренд, образные представления о товаре/услуге, товарный знак (зарегистрированный логотип), процесс регистрации, законы «Государственном языке РФ», «О рекламе», запрет использования слов на иностранном языке, ценность и лояльность потребителей, запрет на использование третьими лицами (монополия), последствия отсутствия товарного знака. **Практическое задание № 2. Разработать собственный товарный знак и прописать комплекс мер по его защите от незаконного использования.** **Самостоятельная работа № 2. Изучение 4 из 15 тем, представленных в списке для самоподготовки (раздел 7.1. программы).**

Тема 3. Процедура защиты прав.	Преимущества регистрации товарного знака (беспрепятственная реклама, таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности, масштабирование бизнеса, размещение вывесок, защита доменного имени, оценка стоимости), структура процесса регистрации (основания отказа – указание на вид, качество, количество товаров, символы, гербы, знаки, повтор эмблем известных организаций, противоречие общественным интересам, морали, принципам гуманности), стоимость и сроки, письмо согласия, учет рисков, визуальное, смысловое и звуковое сходство, сложная регистрация, работа с патентными троллями, кейс по Synergetic, love is. **Практическое задание № 3. Сделать анализ на возможность регистрации и определения количества рисков по разработанному уникальному бренду.** **Самостоятельная работа № 3. Изучение 4 из 15 тем, представленных в списке для самоподготовки (раздел 7.1. программы).**
Тема 4. Актуальные изменения в законодательстве. Реклама.	Признаки рекламы (обращение к неопределенному кругу лиц, привлечение внимания, цель – продвинуть, продать), запрет рекламных интеграций в социальных сетях компании Meta[1], информирование, маркировка, разрешения (отзывы покупателей, отметки в сторис, анонсы на мероприятия, репосты, подборки товаров/экспертов, подписка на соцсети, розыгрыши), виды ответственности, штрафы, проверка рабочего токена для контента в ЕРИТ, оператор рекламных данных, рассылки, звонки (согласие получателя, база клиентов, двухфакторная аутентификация). **Практическое задание № 4. Подготовить план проведения рекламной кампании через страницу в социальной сети с соблюдением правил по маркировке информации.** **Самостоятельная работа № 4. Изучение 3 из 15 тем, представленных в списке для самоподготовки (раздел 7.1. программы).**

[1] Компания Meta признана экстремистской и её деятельность запрещена в РФ.