



## RODO W MARKETINGU I E-COMMERCE

### Informacje o szkoleniu

<b>Termin szkolenia</b>	07.02.2019
<b>Miejsce</b>	Warszawa, Aleja Jerzego Waszyngtona 40 A
<b>Koszt szkolenia</b>	690 PLN
<b>Prowadzący</b>	r.pr. Marek Kozica

### Opis szkolenia

#### Termin i miejsce szkolenia:

**7 lutego 2019 godz. 9:30 – 16:00**

Kolejny termin: 29 marca 2019 roku.

Warszawa, Aleja Jerzego Waszyngtona 40 A

#### W ramach szkolenia każdy uczestnik otrzymuje:

- certyfikat poświadczający udział w szkoleniu,
- pakiet materiałów szkoleniowych,
- RODO w wydaniu kieszonkowym – **NOWOŚĆ**
- książkę wydawnictwa Beck z 2018 r. : *RODO w 15 krokach. Praktyczny poradnik dla przedsiębiorców* – **NOWOŚĆ**
- wsparcie merytoryczne podczas szkolenia oraz możliwość zadawania pytań do 5 dni po szkoleniu,
- pyszny obiad, kawę, herbatę

#### Koszt szkolenia:

690 zł + 23% VAT

Każdy kolejny uczestnik szkolenia z tej samej organizacji/firmy otrzyma rabat w wysokości **10%** ceny szkolenia.

#### Na szkoleniu uczestnicy:

- Dowiedzą się, jak prowadzić działalność marketingową zgodnie z RODO;
- Usłyszą, jak sprawnie wdrożyć nowe regulacje w organizacji;
- Odpowiemy na pytanie, jak zgodnie z prawem, a jednocześnie skutecznie, zbudować bazę marketingową klienta lub Twojej firmy;
- Dowiedzą się jaka jest różnica pomiędzy RODO a ePrivacy;
- Pozną zasady ochrony danych osobowych przy marketingu z wykorzystaniem różnorodnych narzędzi i kanałów komunikacji, w tym e-mail, newsletter, social media, telefon;
- Pozną prawne ramy prowadzenia działalności e-commerce z uwzględnieniem praw konsumentów;
- W jakich obszarach działań prowadzonych w Internecie należy identyfikować główne ryzyka prawne?
- Samodzielnie rozwiążą rzeczywiste problemy i case'y, jakie napotkaliśmy w swojej pracy.
- Jakie obowiązki informacyjne względem użytkowników należy realizować w oparciu o regulacje prawa konsumenckiego, e-commerce i regulacji ochrony danych osobowych?
- Jakie inne obowiązki względem konsumentów (użytkowników nowych technologii) należy spełnić w ramach handlu elektronicznego?
- Jaką treść powinien mieć regulamin sklepu Internetowego?
- W jaki sposób prawidłowo skonstruować treść zgód marketingowych (e-mail marketing, telemarketing) oraz zgód na przetwarzanie danych osobowych?
- Czy informacje dotyczące klientów a niebędące danymi osobowymi podlegają prawnej ochronie (na przykładzie plików cookies)?

#### **Dla kogo jest szkolenie:**

- Osób odpowiedzialnych za strategię marketingu bezpośredniego i jej wdrożenie, zarówno B2B jak i B2C;
- Osób odpowiedzialnych i biorących udział w budowie i obrocie (nabywaniem i sprzedażą) baz danych;
- Osób odpowiedzialnych za prowadzenia działań e-commerce, w tym operatorzy sklepów i serwisów internetowych;
- Osób odpowiedzialnych za ochronę danych (**Administratorzy Bezpieczeństwa Informacji, „przyszli” Inspektorzy Ochrony Danych**, działy prawne) w firmach, które prowadzą działania marketingu bezpośredniego;
- Osoby odpowiedzialne za bezpośredni kontakt z klientami (przedstawiciele handlowi, pracownicy call center).

#### **Prowadzący**

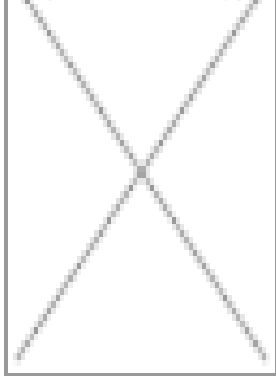
**Marek Kozica**



OMNI MODO®

EKSPERT W DZIEDZINIE  
OCHRONY DANYCH OSOBOWYCH

Image not found or type unknown



Radca prawny. Absolwent prawa (2013), ekonomii menadżerskiej (2010) oraz administracji (2010) na Uniwersytecie Wrocławskim. W 2015 r. ukończył Szkołę Prawa Własności Intelektualnej im. H. Grocjusza w Warszawie. W trakcie studiów przez ponad dwa lata zaangażowany był w działalność pro publico bono w ramach Uniwersyteckiej Poradni Prawnej przy Instytucie Prawa Cywilnego WPAiE UW. Po ukończeniu studiów zdobywał doświadczenie w renomowanych wrocławskich kancelariach prawnych pogłębiając specjalizację w zagadnieniach prawa własności intelektualnej, IT oraz prawa gospodarczego. Współpracował również z międzynarodową korporacją prawniczą w zakresie obsługi prawnej transakcji na międzynarodowych rynkach finansowych. Od 2017 r. związany z Omni MODO. Specjalizuje się w prawie własności intelektualnej, ochronie danych osobowych, prawie nowych technologii i eCommerce.

## PLAN SZKOLENIA

### I Blok

Wprowadzenie oraz podstawowe pojęcia i definicje

- Krótkie omówienie istotnych krajowych aktów prawnych (ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną, Prawo Telekomunikacyjne; ustawa o prawach konsumenta);
- Zmiany w prawie na poziomie europejskim (**RODO i ePrivacy**);
- Czym grozi naruszenie przepisów (+rola **organów nadzorczych**);
- Podstawowe pojęcia na styku ochrony danych osobowych marketingu oraz praw konsumentów;
- Przedstawienie specyfiki różnych obszarów prawnych regulujących działalność w Internecie

### II Blok

Przetwarzanie danych w działalności marketingowej

- Relacja „klient – agencja marketingowa”;
- Kiedy można przetwarzać dane w celach marketingowych (zgoda i związane z nią konsekwencje, prawnie usprawiedliwiony cel, obowiązek informacyjny) – jakie zmiany wprowadza RODO;

- Budowanie baz marketingowych:
  - Budowa legalnej bazy marketingowej,
  - Warsztaty (case-study, tworzenie klauzul zgód),
  - Co zrobić z tzw. „skażoną bazą danych” – bazą, dla której nie mamy odpowiednich zgód marketingowych lub nie jest znany ich zakres.
- Zewnętrzne bazy danych:
  - bazy powszechnie dostępne (KRS, CEIDG, media społecznościowe),
  - kupowanie baz marketingowych i ryzyka prawne z tym związane.
- Marketing elektroniczny a marketing tradycyjny,
- Marketing własny a marketing podmiotów trzecich,
- Marketing skierowany do przedsiębiorców,
- Marketing skierowany do osób fizycznych,
- Marketing a dane wrażliwe i wizerunek,
- Jak obsłużyć sprzeciw lub skargę klienta?,
- Handel elektroniczny z perspektywy ochrony danych osobowych,
- Procedura zawierania umów z konsumentami w ramach e-commerce,
- Przechowywanie informacji lub uzyskiwanie dostępu do informacji już przechowywanej w urządzeniu końcowym – na przykładzie plików cookies;
- Odpowiedzialność za niezgodną z przepisami działalność marketingową na gruncie GDPR; UŚUDE; PT).

### III Blok

Nowe instytucje na gruncie RODO

- Profilowanie i behavioral targeting w marketingu z naciskiem na zmiany wprowadzane przez RODO;
- Realizacja praw osób, których dane dotyczą na gruncie RODO:
- Marketing adresowany do dzieci
- Certyfikacja i Zatwierdzone Kodeksy Postępowania;
- Zgłaszanie naruszeń ochrony danych osobowych.

### IV Blok

- Zakończenie i pytania

Na wszelkie pytania w sprawie szkoleń odpowiemy pod numerem telefonu: **(22) 616 25 70** lub drogą mailową:

[szkolenia@omnimodo.com.pl](mailto:szkolenia@omnimodo.com.pl)

**ZAPRASZAMY**



## **Omni MODO**

Aleja Jerzego Waszyngtona 40A lp

03-910 Warszawa

NIP: 113-060-77-41

tel/fax: 22 616 25 70

e-mail: [omnimodo@omnimodo.com.pl](mailto:omnimodo@omnimodo.com.pl)