

תוכנית הקורס ורשימת קריאה לקורס



סמסטר 1 שנה 2024

בית ספר: בית ספר אריסון למנהל עסקים B.A.

דיני פרסום ושיווק

מרצים/ות:

ד"ר הלל סומר sommer@runi.ac.il

עוזרי/ות הוראה:

מר ליאור טמסוט tamsut.lior@post.runi.ac.il

ד"ר הלל סומר sommer@runi.ac.il

מספר הקורס:	3325	סוג הקורס:	שיעור	שעות שבועיות:	2	נקודות זכות:	2
דרישות הקורס:	עבודה מסכמת	קוד קבוצה:	242332500	שפת לימוד:	עברית		

נושאי הקורס

הקורס בדיני פרסום ושיווק מציג את המסגרת המשפטית המורכבת שעימה צריכים להתמודד המשווקים ואנשי המקצוע המלווים אותם בתחום התקשורת השיווקית, מחד, והצרכנים, מאידך. נקודת המוצא של דיני הפרסום והשיווק היא קיומם של חופש ביטוי מסחרי וחופש עיסוק, ואולם, למרות זכויות אלו, הדין מגביל את מרחב הפעולה של המפרסמים, המשווקים ואנשי הפרסום. בין היתר, על המתכנן קמפיין פרסומי או פעולות שיווק אחרות להתחשב בגורמים הבאים: הצרכנים (אותם הוא רוצה לפתות, אך אסור לו להטעות), והמוגנים בחקיקה מיוחדת; המתחרים העסקיים (אותם הוא רוצה להכות, אך תוך זהירות מחשיפה משפטית); בעלי זכויות קניין רוחני וזכויות אחרות; הרגולטורים של המדיה הספציפית בה יתבצע הפרסום; זהות המוצר או השרות המפורסמים והגבלות יחודיות הנובעות ממנו (למשל שיווק סיגריות או תרופות) בקורס יוצגו שיקולי מדיניות, אולם דגש רב יינתן בו גם על התמודדות יישומית. יוצגו בקורס מודעות רבות, מכל תחומי המדיה, לצרכי לימוד וניתוח.

מטרות הקורס

הקורס נועד להעניק לתלמידים ידע, הבנה ויכולת ניתוח בהיבטים המשפטיים העיקריים החלים על פעולת השיווק, ובכלל זה: 1. להקנות לתלמידים ידע בסיסי במערכות הדינים החלות על פעולת השיווק בכלל והפרסום בפרט. 2. ללמד כיצד לתכנן קמפיינים פרסומיים או שיווקיים העומדים בכל דרישות הדין – ותוך פגיעה מינימלית בחופש הפעולה המסחרי הנדרש לצרכים שיווקיים. 3. היכרות עם הדין הישראלי ועם אלמנטים מרכזיים בדין המקביל בארצות הברית.

מבנה ציון הקורס

בשיעור הראשון השנה נקבע יחד אם הציון במקצוע יבוסס על עבודת גמר או על **בחינת סוף הקורס** **בבחינת בית** שתכלול את כל חומר הלימוד במקצוע, במתכונת "ספרים פתוחים", כלומר כל חומר עזר מותר בשימוש.

תפוקת למידה

עם השלמת הקורס בהצלחה, הסטודנטים: 1. יכירו את עקרונות דיני הפרסום והשיווק; 2. יידעו לבחון את עמידתם בדין של מודעות, תשדירי טלוויזיה וקמפיינים פרסומיים אחרים; 3. ירכשו כלים לחשיבה ביקורתית ביחס לדין הקיים ולאכיפתו הלקויה.

שעות קבלת מרצה

ד"ר סומר נמצא במרכז בכל יום, ועומד לרשותכם בכל עת, בדרכים הבאות:

- לפגישה אישית – עדיף לתאם מראש, במייל
 - בדואר אלקטרוני אל: sommer@runi.ac.il
-

שעות קבלת מתרגל

לא רלוונטי

רשימת קריאה

המרכז הבינתחומי הרצליה

-

דיני פרסום ושיווק – ד"ר הלל סומר – תשפ"ד

א. כללי

מטרת הקורס היא להציג את המסגרת המשפטית המורכבת שעליה צריכים להתמודד המשווקים ואנשי המקצוע המלווים אותם בתחום התקשורת השיווקית, מחד, והצרכנים, מאידך.

נקודת המוצא של דיני הפרסום והשיווק היא קיומם של חופש ביטוי מסחרי וחופש עיסוק. ואולם, למרות זכויות אלו, הדין מגביל את מרחב הפעולה של המפרסמים, המשווקים ואנשי הפרסום.

בין היתר, על המתכנן קמפיין פרסומי להתחשב בגורמים הבאים:

- הצרכנים (אותם הוא רוצה לפתות, אך אסור לו להטעות), והמוגנים בחקיקה מיוחדת;
- המתחרים העסקיים (אותם הוא רוצה להכות, אך תוך זהירות מחשיפה משפטית);
- בעלי זכויות קניין רוחני וזכויות אחרות;
- הרגולטורים של המדיה הספציפית בה יתבצע הפרסום;
- זהות המוצר או השרות המפורסמים והגבלות יחודיות (למשל פרסום סיגריות או תרופות);
- פגיעה בפרטיותם של המופיעים בקמפיין הפרסומי;

עיקר עיסוקנו הוא בתחום הפרסום, אולם נעסוק גם, ככל שייותר לנו זמן, בתחום השיווק שמעבר לפרסום.

בקורס יוצגו היבטים תיאורטיים (בעיקר בהרצאת הפתיחה), אולם דגש רב יינתן בו גם על התמודדות **יישומית**. יוצגו בקורס מודעות ותשדירים רבים, אותם ננתח. אתם מוזמנים להציע נושאי דיון בכל עת.

ב. הרכב ציון

בתשפ"ד הציון במקצוע ניתן עבור **עבודת סוף הקורס / או מבחן בית בחומר פתוח** – כפי שנקבע יחד בשיעור הראשון - 100%.

ג. מקורות

כל החקיקה והפסיקה נכללת במאגר **נבו** העומד לרשות הסטודנטים בגישה ישירה מה"מרכז האישי" שלכם באתר המרכז. **החקיקה העיקרית תוצב עבורכם על מערכת המודל.**

כמו-כן, הסילבוס כולל קטעי עתונות העוסקים בנושאי הקורס **והמהווים חלק מרשימת הקריאה המחייבת לקורס.** קטעי העיתונות מקושרים בלינקים מהסילבוס.

לחלק מהשיעורים צולמו קטעי וידאו משלימים בהם ניתן לצפות אופליין במועדים הנוחים לכם. קטעי וידאו אלו מהווים חלק בלתי נפרד מחומר הלימוד.

-

ה. פניות למרצה

ד"ר סומר נמצא במרכז כמעט בכל יום, ועומד לרשותכם בכל עת, בדרכים הבאות:

- לפגישה אישית – נא לתאם מראש, במייל. משרדי נמצא בבניין "מרצים 4".
- בדואר אלקטרוני אל: sommer@runi.ac.il. ניתן בימים אלו גם לתאם שיחת טלפון או זום ככל הנדרש.

ו. נוכחות

בסמסטר א תשפ"ד לא תיאכף נוכחות - בהתאם לכללי האוניברסיטה.

השיעורים יוקלטו. המצגות של השיעורים יעלו למודל **לאחר השיעור**

ז. הוראה בימי קורונה

בהמשך ללקחים משנת הקורונה,

אני מקווה שלא נזדקק לזום, אם נזדקק יבואו הודעות נוספות.

לנוחותכם מוצג תכנון סמסטריאלי מלא של הקורס, ייתכנו שינויים אך ננסה למעט בהם.

תאריך (בקבוצת

פרקי ביבליוגרפיה

נושאים

שיעור משפטים ימי א' ובקבוצת מנע"ס ימי ד)

	מבוא לקורס		
פרקים א - ב	תיאוריה של דיני צרכנות הצגת הנפשות הפועלות מיהו "צרכן"?	17,20.12.2023	1
פרקים ב-ג	הגדרת הטעיה בחוק הגדרת הטעיה + הטעיה במחדל (התחלה)	24,27.11.2023	2
פרקים ד - ה	הטעיה במחדל (המשך) חובת גילוי אקטיבית דרישת המהותיות באיסור ההטעיה (חלק א)	31.12.23,4.1.2024	3
פרקים ו-ז	דרישת המהותיות באיסור ההטעיה (חלק ב) גזמה מסחרית טענות עובדיות השוואות התמונה להמחשה בלבד	7,10.1.2024	4
פרקים ח, ט	עדויות והמלצות פרסום מחיר - חינם וקנה קבל	14,17.1.2024	5
פרקים י, יא	פרסום מחיר הנחות ומבצעים אשראי וריבית	21,24.1.2024	6
פרק יב	אותיות קטנות, תקנונים	28,31.1.2024	7
פרק יג	הגבלות התלויות במדיה	4,7.2. 2024	8
פרק יד	היבטי קניין רוחני בפרסום	11,14.2.2024	9

-
רשימה ביבליוגרפית – תשפ"ד

א. מבוא

חקיקה

חוק הגנת הצרכן, תשמ"א-1981

עתונות

מיכל רז חיימוביץ, דמי ביטול גבוהים
וחבילות לא קיימות: חשד כי אתרי
התיירות הישראליים מפריים את חוק
הגנת הצרכן **גלובס**

היועמ"שית נגד אמזון: כפופה לחוק
הגנת הצרכן בישראל Ynet

**עיינו נא עיון כללי באתר של הרשות
להגנת הצרכן ולסחר הוגן – ובעיקר
במחיצות: הנחיות הממונה, מידע**

לעוסקים, מידע לצרכנים

סרטון השלמה 1: "חקיקה קוגנטית"

**סרטון השלמה 2: בעיות תיאורטיות
באסדרה צרכנית**

ב. הצגת הנפשות הפועלות

שלומי דונה, "שלחנו תלונה לארגוני
הצרכנים: איך טיפלו בנו" **YNET**

"תגובות ארגוני הצרכנים" **YNET**
(באותה כתבה)

**סרטון השלמה 3: פס"ד ג'ימס
ריצ'רדסון נ' יעיש**

**סרטון השלמה 4: הטעיה – רק טרום
חזית.**

-

ג. הפרסום והצרכן – ואיסור ההטעיה

– כללי

חקיקה ופסיקה

חוק הגנת הצרכן, תשמ"א-1981, סעיף 2.

FTC Policy Statement On Deception (רשות)

עתונות

עמיחי אתאלי, סלקום – הנקנסת הגדולה על פגיעה בצרכנים: 3.5 מיליון ש' ידיעות אחרונות 28.1.2017

שרה זלצר, "ונעבור לבית המשפט – על הטעויות בפרסומות" YNET

מירב קריסטל, "שופרסל נקנסה ב-450,000 ₪ על הטעיית צרכנית" YNET

ד. איסור ההטעיה – חלק שני – הטעיה במחדל וחובת הגילוי האקטיבי

חקיקה

חוק הגנת הצרכן, תשמ"א-1981, סעיפים 2, 4

תקנות הגנת הצרכן (גילוי פרט מהותי לגבי נכס בידי נותן שירות), התשנ"ג-1993

תקנות הגנת הצרכן (חובת גילוי וחשיפה נאותה של מצרך מזון בפיקוח), תשע"ב-2012 (רשות)

תקנות הגנת הצרכן (חובת גילוי פרטים במכירת קרקע שאינה זמינה לבנייה), תשע"ז-2016 (רשות)

תקנות הגנת הצרכן (חובת גילוי משקל של מוצר), תשע"ה-2015 (רשות)

סרטון השלמה 5: גילוי פרט מהותי

ה. דרישת המהותיות באיסור ההטעיה – חלק א

חקיקה

חוק הגנת הצרכן, תשמ"א-1981, סעיף 2(א)

פסיקה

תצ (חי') 16-08-3404_שני טל פרידמן נ' אסם השקעות בע"מ (ניתן ביום 22.8.2017) (רשות)

הנחיית הממונה על הגנת הצרכן בנושא הקטנת אריזות

ו. דרישת המהותיות באיסור ההטעיה – חלק ב

חקיקה

חוק הגנת הצרכן, סעיף 2(א)

תקנות הגנת הצרכן (אחריות ושירות לאחר מכירה) התשס"ו-2006

[FTC - Enforcement Policy Statement On U.S. Origin Claims](#) (רשות)

עתונות

איתן מור, "שואב אבק גרמני, תוצרת קוריאה", YNET

יצחק דנון, "נדחה ערעור כרמל מזרחי על הרשעתה בהטעייה עקב הכיתוב על התוויות" גלובס

סרטון השלמה 6: תאריך תפוגה

סרטון השלמה 7: סעיף 20(א)

סרטון השלמה 8: אחריות ושירות לאחר מכירה

ז. גוזמה מסחרית, טענות אובייקטיביות וסובייקטיביות, השוואות

כללי הרשות השניה לטלוויזיה ולרדיו (אתיקה בפרסומת בטלוויזיה) התשנ"ד-1994, 4, 16, 25, 26, 34, 42, 44-46 (קובץ בשם "כללי הרשות השניה על ביסוס ועובדות")

[FTC Policy Statement Regarding Advertising Substantiation](#) (רשות)

אורנה יפת, "פלאפון דורשת לפסול קמפיין של אורנג' בטענה להטעייה" YNET

ח. המלצות על מוצרים (endorsements)

כללי רשות השידור (תשדירי פרסומת והודעות ברדיו), התשנ"ג-1993, כלל 7(10)

כללי הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו (אתיקה בפרסומת בטלוויזיה), התשנ"ד – 1994, 36

[FTC Guide Concerning Use Of Endorsements And Testimonials In Advertising](#) (רשות)

עתונות

איגוד הקרדילוגים תמך במזולה תמורת כסף הארץ – וואלה

אורנה יפת, "מפורסמים מפרסמים – לטוב ולרע" YNET

ט. פרסום המחיר – חינום וקנה קבל

כללי הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו (אתיקה בפרסומת בטלוויזיה) התשנ"ד – 1994, כלל 38

אורנה יפת, YES הורידה את המילה במתנה מקמפיין המבצע YNET

י. פרסום המחיר המלא, מטבע ישראלי

חוק הגנת הצרכן, סעיפים 17א-17ז
תקנות הגנת הצרכן (מחיר ליחידת מידה), התשס"ח-2008
תקנות הגנת הצרכן (הצגת מחירי שירותים), תשע"ב-2012
תקנות הגנת הצרכן (כללים שונים לפרסום מחירי נכסים ושירותים), התשנ"א-1991
כללי הרשות השניה לטלויזיה ורדיו (אתיקה בפרסומת בטלויזיה) התשנ"ד – 27, 1994
הנחיות הממונה על הגנת הצרכן בנוגע להצגת מחירים בעסקאות מכר מרחוק
אורנה יפת, אתר בוקינג.קום נקנס ב-2.5 מיליון שקל על הטעיית צרכנים **כלכליסט** 14.8.2017
[FTC Guide Concerning Use Of The Word "Free" And Similar Representations](#)

(רשות)

[FTC Guides Against Deceptive Pricing](#) **(רשות)**

עיתונות

דפנה לוצקי, "רק היום (וגם מחר)" **הארץ** (רשות)

יא. אשראי, ריבית (רק ככל שנלמד בכיתה)

תקנות הגנת הצרכן (מכירות, מכירות באשראי, מכירה מיוחדת, ועסקה ברוכלות), התשמ"ג-1983 (רק ככל שנלמדו בכיתה)
תקנות הגנת הצרכן (חישוב שיעור ריבית שנתי), התשמ"ד-1983 (רשות)

יב. אותיות קטנות ותקונים

תקנות הגנת הצרכן (האותיות בחוזה אחיד ובתנאי הכלול במידע אחר המיועד לצרכן), התשנ"ה-1995

יג. רגולציה של מדיה ספציפית

1. **1. הרשות השניה**

חקיקה ופסיקה

כללי הרשות השניה לטלויזיה ורדיו (אישור מוקדם של תשדירי פרסומת) התשנ"ד – 1994
כללי הרשות השניה לטלויזיה ורדיו (אתיקה בפרסומת בטלויזיה) התשנ"ד – 1994
כללי הרשות השניה לטלויזיה ורדיו (אתיקה בפרסומת בשידורי רדיו) התשנ"ד – 1994 (רשות)

כללי הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו (שבוע תשדירי פרסומת בשידורי טלוויזיה), תשנ"ב-1992

סרטון השלמה 9: רגולציה של מדיית הרדיו

2. שילוט חוצות

חקיקה ופסיקה

חוק העונשין, תשל"ז-1977, סעיף 214א

חוק הדרכים (שילוט), התשכ"ו – 1966 (רשות)

תקנות הדרכים (שילוט), התש"ם-1980 (רשות)

חוק עזר לתל אביב-יפו (שילוט), תשנ"ג-1992 (רשות)

תהל פרוש, "זה מסחרי, זה מכוער, וזה מסוכן לנוסעים" **דה מרקר** 23.6.2006

יעל עברי-דראל, "האם יוסר הפרסום באיילון? תלוי את מי שואלים" **YNET** 15.10.2007 (רשות)

דוד הכהן, "הציבו שלטי דרכים ללא היתר ונקנסו ב-200 אלף שקל" **YNET** 6.2.2005 (רשות)

סרטון השלמה 10: רגולציה של שילוט חוצות.

יז. קניין רוחני בפרסום

חקיקה ופסיקה

חוק הגנת כינויי מקור, תשכ"ה-1965 (רשות)

חוק עוולות מסחריות, תשנ"ט-1999 (רשות)

פקודת סימני מסחר (נוסח חדש), תשל"ב-1972 (רשות), מחייבת רק במידה שנלמדה בכיתה)

כללי הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו (אתיקה בפרסומת בטלוויזיה) התשנ"ד – 16, 26

ע"א 8483/02 **אלוניאל בע"מ נ' אריאל מקדונלד** מחייב רק באופן שנלמד בכיתה

עא 3425/17 **Societe des Produits Nestle נ' אספרסו קלאב בע"מ** מחייב רק באופן שנלמד בכיתה

ת.א. (ת"א) 1249/93 **עמינח נ' ספה ספורט בע"מ** (רשות)

טו. **לשון הרע, עוולות מסחריות**

חוק איסור לשון הרע (סעיפים יימסרו בהמשך) מחייב רק מה שנלמד בכיתה

חוק עולות מסחריות (רשות)

עא 3322/16 א"י די א"י חברה לביטוח בע"מ נ' לשכת סוכני ביטוח בישראל (מחייב רק באופן שנלמד בכיתה)

טז. פרסומת סמויה, פרסומת אגב ותוכן שיווקי לא יילמד בתשפ"ד

חקיקה ופסיקה

חוק הגנת הצרכן, סעיף 7(ג).

כללי הרשות השניה לטלוויזיה ולרדיו
(אתיקה בפרסומת בטלוויזיה) 9, 9א
(רשות)

חוות דעת כלכלית של הרשות להגנת
הצרכן ולסחר הוגן בנושא פרסום סמוי
(רשות)