



Co-funded by
the European Union

Digitalni marketing

5. Pravni aspekt: GDPR i digitalni marketing

dr Sanja Marković
AASKM



UNIVERSITY OF LJUBLJANA
Faculty of Electrical Engineering



University of Pristina
Kosovska Mitrovica



1. UVOD

- Internet i društvene mreže omogućili su lak pristup podacima potrošača što je dovelo i do određenih zloupotreba ličnih podataka pojedinaca.
- Pojedinci su postali žrtve neželjenih promotivnih poruka, poziva ili mejlova u kojima im se nude određeni proizvodi, a da prethodno nisu dali svoje podatke niti svoj pristanak.
- Zbog zaštite privatnosti i ličnih podataka, doneseni su značajni pravni akti. U EU je 2016. godine usvojena Opšta uredba o zaštiti podataka o ličnosti (GDPR), koja je počela da se primenjuje 25. maja 2018. godine. Ova uredba propisuje stroge kazne za nepravilnu obradu ličnih podataka



1.1. Ciljevi GDPR-a

- **Glavni cilj: Povećanje kontrole pojedinaca nad njihovim ličnim podacima.**
 - Omogućavanje korisnicima da odluče o tome da li žele da primaju promotivne poruke.
- **Obuhvata prava i obaveza:**
 - Definisanje prava osoba na zaštitu podataka.
 - Obaveze rukovalaca i obrađivača podataka.
 - Sprovođenje zaštite podataka na međunarodnom nivou.
- **GDPR uvodi i listu posebno osetljivih podataka u koju spadaju:**
 - Lični podaci kojima se otkriva rasno ili etničko poreklo, političko mišljenje, versko ili filozofsko uverenje ili članstvo u sindikatu,



1.1. Ciljevi GDPR-a

- Genetski podaci,
- Biometrijski podaci, u cilju jedinstvene identifikacije lica,
- Podaci o zdravstvenom stanju,
- Podaci o seksualnom životu ili seksualnoj orijentaciji lica.
- **Obrada ovih podataka je dopuštena ukoliko je:**
 - Lice na koje se podaci odnose dalo izričit pristanak za obradu u jednu ili više svrha obrade, osim ako je zakonom propisano da se obrada ne vrši na osnovu pristanka;
 - Obrada neophodna u cilju zaštite životno važnih interesa lica na koje se podaci odnose ili drugog fizičkog lica ako lice na koje se podaci odnose fizički ili pravno nije u mogućnosti da daje pristanak;



1.1. Ciljevi GDPR-a

- Obraduju se podaci o ličnosti koje je lice na koje se oni odnose očigledno učinilo javno dostupnim;
- Obrada neophodna u cilju podnošenja, ostvarivanja ili odbrane pravnog zahteva ili u slučaju kada sud postupa u okviru svoje nadležnosti;
- Obrada je neophodna u cilju ostvarivanja javnog interesa u oblasti javnog zdravlja kao što je zaštita od ozbiljnih prekograničnih pretnji zdravlju stanovništva ili obezbeđivanje visokih standarda kvaliteta i sigurnosti zdravstvene zaštite i lekova ili medicinskih sredstava, na osnovu zakona koji obezbeđuje odgovarajuće i posebne mere zaštite prava i sloboda lica na koje se podaci odnose, posebno u pogledu čuvanja profesionalne tajne.



1.2. Načela obrade podataka o ličnosti

- **Bilo koja kompanija koja, u svojstvu rukovaoca ili obrađivača, vrši obradu podataka o ličnosti mora se rukovoditi sledećim osnovnim načelima propisanim GDPR-om :**
 1. Zakonitost, poštenje i transparentnost
 2. Ograničenje u odnosu na svrhu
 3. Minimizacija
 4. Tačnost
 5. Ograničenje čuvanja
 6. Integritet i poverljivost.



1.3. Osnovne obaveze rukovaoca odnosno obrađivača podataka o ličnosti

- Imenovanje lica za zaštitu podataka o ličnosti.
- Obaveštenje lica čiji se podaci obrađuju.
- Vođenje evidencije radnje obrade.
- Procena uticaja na zaštitu podataka o ličnosti i traženje mišljenja nadzornog organa pre početka obrade podataka.
- Obaveštavanje lica čiji se podaci obrađuju i nadzornog organa o povredi prava.



1.4. Osnovna prava lica čiji se podaci obrađuju

- **GDPR daje listu osnovnih prava koja se sastoji od sledećih:**
 - Pravo na informisanost o obradi podataka,
 - Pravo na pristup podacima koji su predmet obrade,
 - Pravo na ispravku i dopunu,
 - Pravo na brisanje,
 - Pravo na ograničenje obrade,
 - Pravo na prenosivost podataka,
 - Pravo na prigovor,
 - Pravo da se na lice čiji se podaci obrađuju ne primenjuje odluka doneta isključivo na osnovu automatizovane obrade, uključujući i profilisanje.



2. UTICAJ GDPR-a NA DIGITALNI MARKETING

- **Zaštita podataka u digitalnom marketingu**
 - GDPR donose nove obaveze za kompanije koje prikupljaju i obrađuju lične podatke u svrhu digitalnog marketinga.
 - Direktno oglašavanje i korišćenje tehnologije praćenja (tzv. cookies na internet stranicama koji prate ponašanja korisnika), više nije moguće bez izričitog pristanka korisnika.
- **Pristanak za obradu podataka**
 - Pristanak mora biti:
 - Dobrovoljan, određen, informisan i nedvosmislen.
 - Lice mora biti obavješteno o tome koji podaci se prikupljaju, u koju svrhu, i u kojem roku će se koristiti.



2. UTICAJ GDPR-a NA DIGITALNI MARKETING

- Specifičnosti pristanka:
 - Ako je pristanak deo šire izjave, mora biti jasno odvojen od drugih pitanja.
 - Upotreba jasnih i jednostavnih reči kako bi lice izbeglo zabunu.
- **Opoziv pristanka**
 - Pravo na opoziv pristanka:
 - Lice može opozvati pristanak u bilo kojem trenutku.
 - Opoziv mora biti jednostavan, npr. putem email-a ili klikom na polje "odjava" u promotivnim emailovima.
 - Obaveza obaveštavanja:
 - Pre nego što se pristanak zatraži, korisnici moraju biti obavešteni o svom pravu na opoziv.





Co-funded by
the European Union

Questions & Answers

"Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them."

Network of centers for regional short study programs in the countries of the Western Balkans

Call: ERASMUS-EDU-2023-CBHE

Project number: 101128813



UNIVERSITY OF LJUBLJANA
Faculty of Electrical Engineering



University of Pristina
Kosovska Mitrovica

