

Aamiaisseminaari: Ajankohtaista tietosuojasta

Kaikki mitä jokaisen markkinoijan, markkinatutkijan ja analyytikon pitää tietää tietosuojasta

Keskiviikkona 20.5.2015 klo 8.30 – 11.00

Block by Dylan, Eteläranta 18



Ohjelma:

8.30 Aamiainen
9.00 Tilaisuus alkaa

Tietosuojaan kuuma kevätmallisto

- Datan raaka-ainekäytön uudet haasteet
- Kaikki kohdentaa ja kaikkialla voi kohdentaa
- Data goes nettiraivo – osaako yritys avata tagit ja hashit?

Jari Perko, toimitusjohtaja, Asiakkuusmarkkinointiliitto

Jari on marinoitunut yli 15 vuotta tietosuojaan ja tietointensiivisen liiketoiminnan äärellä. Hän on ollut mukana kansallisissa ja kansainvälisissä sääntelykuvioissa sekä päivittäisessä, ratkaisuhakuisessa konsultaatiossa verkkokaupan, mobiilin, lojaliteetti- ja dialogikonseptien äärellä. Polttoaineena hän käyttää korkeakokoaanista espressoja.



Tietosuojarahuriikan to do –lista

- Tietomäärä? Mitä henkilötietoja saa kerätä markkina- ja mielipidetutkimuksiin?
- Informoi! Mitä informaatiota on annettava tutkimukseen osallistujille?
- Sovi! Mitä sovittava tutkimuksen tilaajan kanssa tietosuojasta ja datan omistajuudesta?
- Uutta EU:sta? Mikä konkreettisia muutoksia tulossa EU:n tietosuoja-asetuksen myötä?

Elina Koivumäki, asianajaja, osakas, Asianajotoimisto JB Eversheds Oy



Elinan erikoistumisalueisiin sisältyvät markkinointi-, viestintä- ja tietosuojarahuriikka sekä internetiin ja immateriaalioikeuksiin liittyvät kysymykset. Asianajajan työnsä ohessa Elina toimii verkkomarkkinoinnin etujärjestö IAB Finland ry:n hallituksessa ja Tietosuojarahuriikan puheenjohtajana sekä ASML Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto ry:n Reilun Pelin ryhmässä. Lisäksi hän on toiminut ASML:n ja MARK Suomen Markkinointiliitto ry:n hallituksissa. Elina on julkaissut käytännönläheisen teoksen Markkinointijuriikka 2010, sekä sen päivitettyt versiot 2011-2015 (www.markkinointijuriikka.fi).

Kysymykset & Keskustelua

Tervetuloa!

Tilaisuus on maksuton. Ilmoittautuminen 15.5.2015 mennessä www.tutkimusseura.org tai toimisto@tutkimusseura.org

Suomen Markkinointitutkimusseura (SMTS) on yli 50 vuotta vanha yhteisö, joka on perustettu kehittämään markkinointitutkimusalalla työskentelevien ihmisten ammatillista osaamista. Tällä hetkellä seurassa vaikuttaa lähes 300 alan ammattilaista. Oikeudet muutoksiin pidätetään.