

**Literatura a zkouškové okruhy ke studijnímu předmětu
Právní problémy reklamy**

Obecné studijní prameny:

Eliáš, Bejček, Hajn, Ježek a kol.: Kurs obchodního práva (Obecná část. Soutěžní právo, 3. vyd. C.H. Beck, Praha 2002, partie o nekalé soutěži)

Winter, F.: Reklama a právo, Orac, Praha 2001

Hajn, P.: Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži. MU, Brno 2000

Zkouškové okruhy a speciální literatura

1. Generální klauzule proti nekalé soutěži

Hajn, P.: Generální klauzule proti nekalé soutěži a její funkce, Právní rádce 8/1996 s. 9 nsl.

Hajn, P.: Nové pohledy na generální klauzuli proti nekalé soutěži, Právní rozhledy 11/2002 s. 552 nsl.

2. K změnám v české právní úpravě nekalé soutěže

Hajn, P.: Nové skutečnosti v ochraně proti nekalé soutěži, Právní rádce 2/2000, s. 5 nsl.

Hajn, P.: K úpravě nekalé soutěže po „technické novele“ ObchZ, Bulletin advokacie 5/2002, s. 8 nsl.

3. Evropská směrnice o klamavé a srovnávací reklamě

Hajn, P.: Klamavá reklama v Evropské unii, Parlamentní zpravodaj č. 6/2000, s. 18 nsl.

literatura k zkouškovému okruhu č. 2

odpovídající partie v Kursu obchodního práva

4. Skrytá reklama

Odávající partie v kursu obchodního práva

Hajn, P.: „Skrytá reklama“, nebo plnění zpravodajské povinnosti, Ekonom 13/1992, s. 64 nsl.

Hajn.: Skrytá reklama, Právní praxe v podnikání 5/94, s. 6. nsl.

5. Marketingové triky

Hajn, P.: Marketingové triky – přípustné nebo klamavé?, Právní rádce 5/1998, s. 11 nsl.

6. K problematice nekomerční reklamy

Hajn, P.: Společensky závažné náměty v reklamě a právo, Bulletin advokacie 10/1998, s. 6 nsl.,

Hajn, P.: Nekomerční reklama a právo, Právní rozhledy č. 6/2002, s. 258 nsl.

7. K problematice šokující reklamy

Hajn, P.: Šokující reklama a její sankcionování, Právo a podnikání 2/97, s. 21 nsl.

Hajn, P.: Nové pohledy na generální klauzuli proti nekalé soutěži, Právní rozhledy 11/2002, s. 552 nsl.

8. Spotřebitelské testy a hospodářská soutěž

K testování výrobků a služeb ve sdělovacích prostředcích, Právní praxe v podnikání 6/95, s. 13 nsl.

9. Obvyklé reklamní přehánění

Hajn, P.: Nevinná nadsázka, nebo nepravda v reklamě, Právní rádce 7/1995, s. 12 nsl.

10. Marketingová opatření a nekalosoutěžní podplácení

Hajn, P.: Zvláštní případ zabraňovací soutěže, Právní praxe v podnikání 5/97, s. 29

11. Srovnávací reklama

příslušné partie v Kursu obchodního práva

literatura uvedená k tematickému okruhu 2

12. Reklama a ochrana osobnosti

Hajn, P. Reklama a nositelé veřejné autority, Podnikatel' a právo č. 5 a 6/2000, s.2 nsl.

Hajn, P.: Použití politiků v reklamě, Právní praxe v podnikání 2/95, s. 11 nsl.

Hajn, P. Reklama a ochrana osobnosti, Právní rozhledy č. 8/1994 , s. 265 nsl.

Hajn, P. Umělci a sportovci v reklamě, Právní rozhledy č. 2/1995, s 55. nsl.l

13. Autorské dílo a jeho použití v reklamě (vybrané právní aspekty)

přednáška k novým ustanovením autorského zákoníku

14. K vztahu veřejnoprávní a soukromoprávní regulace reklamy, přednáška k tématu,

Císařová, Z; Křest'ánová, V“ Zákon o regulaci reklamy, LINDE, Praha 2002