

# Nieuczciwosc w reklamach

## Wykaz skrótów .....2

Wstęp .....4

Rozdział 1

Współzależność między marketingiem, promocją i reklamą

1.1. Zarys funkcji, zadań i celów marketingu .....6

1.2. Promocja jako jeden z instrumentów skutecznego marketingu..... 9

1.3. Pojęcie reklamy w ujęciu prawnym i marketingowym .....18

1.4. Wnioski końcowe .....27

## Rozdział 2

### Oszustwo i nieuczciwosc w reklamie – zagadnienia prawne

2.1. Reklama jako czyn nieuczciwej konkurencji .....32

2.1.1. Reklama sprzeczna z przepisami prawa, dobrymi obyczajami lub uchybiająca godności człowieka .....32

2.1.2. Reklama wprowadzająca w błąd..... 33

2.1.3. Reklama nierzeczowa .....40

2.1.4. Reklama uciążliwa .....44

2.2. Reklama porównawcza .....50

2.3. Reklama ukryta .....56

2.4. Reklama jako praktyka nieuczciwa na tle uregulowań ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym .....62

2.5. Reklama jako agresywna praktyka rynkowa .....67

2.6. Wnioski końcowe.....70

## Rozdział III.

### Relacje pomiędzy art. 3 a art. 16 z.n.k.U.

3.1. Ogólna klauzula generalna zawarta art. 3 z.n.k.U. ....71

3.2. Klauzula generalna zawarta art. 16 ust. 1 pkt 1 z.n.k.U. .....	80
3.3. Wzajemny stosunek klauzul generalnych. ....	80
3.4. Wnioski koncowe .....	85
<b>Zakończenie .....</b>	<b>86</b>
<b>Bibliografia .....</b>	<b>87</b>