

Prawne aspekty reklamy

Wstęp.....3

Rozdział I

Podstawowe wiadomości na temat reklamy.....5

1.1. Pojęcie i funkcje reklamy.....5

1.2. Rys historyczny – rozwój reklamy.....10

1.3. Rodzaje reklamy.....15

Rozdział II

Reklama w świetle ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.....19

2.1. Ustawowa definicja reklamy.....19

2.2. Reklama sprzeczna z przepisami prawa, dobrymi obyczajami lub uchybiająca godności człowieka.....20

2.3. Reklama wprowadzająca w błąd.....24

2.4. Reklama nierzeczowa.....29

2.5. Reklama ukryta.....31

2.6. Reklama uciążliwa.....34

2.7. Reklama porównawcza.....36

Rozdział III

Reklama na gruncie ustaw szczególnych.....39

3.1. Zakazy i ograniczenia reklamy wyrobów alkoholowych.....39

3.2. Zakazy i ograniczenia reklamy wyrobów tytoniowych.....41

3.3. Zakazy i ograniczenia reklamy produktów leczniczych.....43

3.4. Zakazy i ograniczenia reklamy w zakresie wolnych zawodów.....48

Rozdział IV

Samoograniczenia agencji reklamowych na podstawie kodeksu etyki reklamy.....51

4.1. Zagadnienia wstępne.....51

4.2. Próby regulacji o charakterze etycznym w Polsce.....55

Zakończenie.....63

Bibliografia.....65