

## SPIS TREŚCI

<b>Wykaz skrótów</b> .....	11
<b>Rozdział pierwszy</b>	
<b>Wprowadzenie</b> .....	15
1. Rys historyczny .....	16
2. Ogólne wiadomości dotyczące reklamy .....	19
3. Potęga reklamy .....	26
3.1. Reklama szokująca .....	29
3.2. Strategie marketingowe .....	32
3.3. Marketing wirusowy .....	35
3.4. <i>Ambush marketing</i> .....	37
<b>Rozdział drugi</b>	
<b>Cywilnoprawne skutki reklamy</b> .....	43
1. Reklama jako propozycja zawarcia umowy .....	44
1.1. Oferta .....	46
1.2. Negocjacje .....	50
1.3. Reklama a informacja .....	52
1.4. Wystawienie rzeczy na widok publiczny .....	54
2. Odpowiedzialność reklamodawcy za treść reklam .....	55
<b>Rozdział trzeci</b>	
<b>Dobra osobiste a reklama</b> .....	61
1. Pojęcie dóbr osobistych .....	66
2. Prawo do nazwiska .....	70
3. Prawo do wizerunku .....	79
4. Prawo do ochrony życia prywatnego .....	98
4.1. <i>Right of publicity</i> .....	100
4.2. Prawo do wizerunku na wyspie Guernsey .....	109
4.3. Prawo do głosu .....	110
5. Prawo do firmy .....	113
<b>Rozdział czwarty</b>	
<b>Reklama w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji</b> .....	119
1. Pojęcie nieuczciwej konkurencji .....	121
2. Reklama sprzeczna z prawem, dobrymi obyczajami lub uchybiająca godności człowieka ...	131

3. <i>Body image advertising</i> .....	137
4. Reklama wprowadzająca w błąd .....	148
5. Oczernianie .....	156
6. Reklama odwołująca się do uczuć klientów przez wywołanie lęku, wykorzystywanie przesądów lub łatwowierności dzieci .....	161
7. Wypowiedź, która zachęcając do nabywania towarów lub usług, sprawia wrażenie neutralnej informacji .....	167
8. Reklama i lokowanie produktu w grach komputerowych .....	171
9. Reklama, która stanowi istotną ingerencję w sferę prywatności .....	178
10. Reklama porównawcza .....	181
11. Reklama wartościowa .....	185
12. Odpowiedzialność za popełnienie czynu nieuczciwej reklamy .....	187
<b>Rozdział piąty</b>	
<b>Reklama jako nieuczciwa praktyka rynkowa</b> .....	191
1. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym .....	192
2. Reklama jako praktyka rynkowa wprowadzająca w błąd .....	194
3. Praktyki rynkowe uznawane za nieuczciwe w każdych okolicznościach .....	197
4. Reklama uznana za agresywną praktykę handlową .....	200
5. Konsekwencje stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej .....	203
6. Praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów .....	204
<b>Rozdział szósty</b>	
<b>Ochrona elementów reklamy na podstawie ustawy – Prawo własności przemysłowej</b> .....	211
1. Rodzaje znaków towarowych .....	212
2. Funkcje znaku towarowego .....	221
3. Znak towarowy w ustawie – Prawo własności przemysłowej .....	222
4. Oznaczenia geograficzne .....	243
5. Slogan .....	247
6. Logo – znak graficzny .....	251
7. Kolor .....	252
8. Melodia .....	255
9. Stosunek norm ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji do ustawy – Prawo własności przemysłowej .....	256
<b>Rozdział siódmy</b>	
<b>Reklama w prawie autorskim</b> .....	259
1. Wprowadzenie .....	260
2. Reklama a pojęcie utworu .....	261
2.1. Działalność twórcza o indywidualnym charakterze .....	261
2.2. Ustalenie w jakiegokolwiek postaci .....	263
2.3. Wartość, przeznaczenie i sposób wyrażania .....	264
3. Utwory tworzące dzieło reklamowe .....	265
3.1. Idea .....	265
3.2. Slogan .....	271
3.3. Postaci fikcyjne .....	274

3.4. Utwory plastyczne .....	284
3.5. Utwór fotograficzny .....	285
3.6. Utwór muzyczny .....	288
3.7. Utwór audiowizualny .....	292
3.8. Pozostałe elementy .....	294
3.9. Plagiat w reklamie .....	302
4. Podmioty prawa autorskiego .....	304
4.1. Twórca .....	304
4.2. Współtwórcy .....	308
4.3. Agencja reklamowa .....	310
4.4. Zlecający przeprowadzenie kampanii reklamowej .....	314
5. Autorskie prawa osobiste i majątkowe twórcy reklamy .....	315
5.1. Autorskie prawa osobiste .....	315
5.2. Prawo do autorstwa utworu .....	316
5.3. Prawo do integralności utworu .....	318
5.4. Prawo do rzetelnego wykorzystania utworu .....	320
5.5. Prawo do decydowania o pierwszym udostępnieniu utworu .....	322
5.6. Prawo do nadzoru .....	324
5.7. Prawo do wycofania utworu z obrotu .....	325
5.8. Dysponowanie autorskimi prawami osobistymi .....	327
5.9. Autorskie prawa majątkowe .....	328
<b>Rozdział ósmy</b>	
<b>Prawo reklamy w mediach .....</b>	<b>329</b>
1. Reklama a prawo prasowe .....	330
2. Reklama radiowa i telewizyjna .....	346
3. Reklama w internecie .....	361
<b>Rozdział dziewiąty</b>	
<b>Reklama zewnętrzna .....</b>	<b>383</b>
1. Prawo budowlane .....	384
2. Ochrona zabytków i ochrona przyrody .....	387
3. Drogi publiczne .....	395
4. <i>Street art</i> – sztuka uliczna .....	397
<b>Rozdział dziesiąty</b>	
<b>Szczególne regulacje dotyczące reklamy niektórych produktów i usług .....</b>	<b>407</b>
1. Reklama niektórych produktów .....	408
1.1. Reklama żywności .....	409
1.2. Reklama alkoholu .....	418
1.3. Reklama tytoniu .....	423
1.4. Reklama środków psychotropowych i substancji odurzających .....	426
1.5. Reklama leków i innych środków farmaceutycznych .....	427
1.6. Reklama kosmetyków .....	437
1.7. Reklama substancji niebezpiecznych i produktów biobójczych .....	438
1.8. Reklama środków ochrony roślin .....	442
1.9. Reklama wyrobów z metali szlachetnych .....	444

---

2. Reklama usług .....	445
2.1. Usługi w zakresie bankowości .....	445
2.2. Usługi w zakresie ubezpieczeń .....	447
2.3. Reklama usług płatniczych .....	448
2.4. Reklama funduszy inwestycyjnych .....	450
2.5. Reklama kredytu konsumenckiego .....	456
2.6. Reklama usług turystycznych .....	459
2.7. Reklama usług doradztwa podatkowego .....	460
2.8. Reklama gier hazardowych .....	462
2.9. Reklama aptek .....	468
2.10. Reklama solarium .....	470
3. Ograniczenia reklamy dotyczące niektórych wolnych zawodów .....	472
3.1. Adwokaci .....	474
3.2. Radcowie prawni .....	477
3.3. Notariusze .....	479
3.4. Lekarze .....	481
<b>Rozdział jedenasty</b>	
<b>Kodeksy etyki w dziedzinie reklamy .....</b>	<b>483</b>
<b>Rozdział dwunasty</b>	
<b>Merchandising .....</b>	<b>491</b>
1. Pojęcie .....	491
2. Wykorzystanie postaci fikcyjnej .....	493
3. Dzieła sztuk pięknych .....	496
4. <i>Personality merchandising</i> .....	498
5. <i>Image merchandising</i> .....	500
<b>Bibliografia .....</b>	<b>501</b>
<b>Indeks rzeczowy .....</b>	<b>515</b>