

OBSAH

	Predslov	13
1. časť	POJEM, PREDMET A PRAMENE PRÁVA V MARKETINGU	15
	1.1. MARKETING A JEHO PRÁVNE PROSTREDIE	15
	1.2. POJEM PRÁVO V MARKETINGU	17
	1.3. PREDMET PRÁVA V MARKETINGU	23
	1.4. ŠPECIFICKÉ ZNAKY PRÁVA V MARKETINGU	26
	1.5. PRAMENE PRÁVA V MARKETINGU	28
	Použitá literatúra	33
2. časť	PRÁVO DUŠEVNÉHO VLASTNÍCTVA	35
	2.1. VÝZNAM PRÁVA DUŠEVNÉHO VLASTNÍCTVA PRE MARKETING	35
	2.2. SYSTÉM PRÁVA DUŠEVNÉHO VLASTNÍCTVA	35
	2.3. AUTORSKÉ PRÁVO	37
	2.3.1. Autorské dielo	37
	2.3.2. Autorstvo a vznik autorského práva	42
	2.3.3. Obsah autorského práva	43
	2.3.4. Trvanie a zánik majetkových práv a voľné dielo	46
	2.3.5. Zákonné licencie	46
	2.3.6. Osobitné režimy tvorby	48
	2.3.7. Ochrana autorského práva	49
	2.3.8. Zodpovednosť poskytovateľa služby zdieľania obsahu on-line	50
	2.3.9. Licenčné zmluvy	51
	2.4. PRÁVA VÝKONNÉHO UMELCA	57
	2.4.1. Umelecký výkon a výkonný umelec	57
	2.4.2. Obsah práva výkonného umelca	58
	2.4.3. Trvanie a zánik majetkových práv výkonného umelca a voľný umelecký výkon	59
	2.4.4. Zákonné licencie	60
	2.5. PRÁVA VÝROBCOV ZVUKOVÝCH A AUDIOVIZUÁLNYCH ZÁZNAMOV	61
	2.5.1. Zvukový a audiovizuálny záznam, výrobcovia	

	zvukových a audiovizuálnych záznamov	61
	2.5.2. Obsah práv výrobcov zvukových a audiovizuálnych záznamov	62
	2.5.3. Trvanie a zánik majetkových práv výrobcov	63
	2.5.4. Záonné licencie	63
2.6.	PRÁVA VYSIELATEĽOV	64
	2.6.1. Vysielateľ a vysielanie	64
	2.6.2. Obsah práva vysielateľov	64
	2.6.3. Trvanie a zánik majetkových práv vysielateľa	65
	2.6.4. Záonné licencie	65
2.7.	PRÁVA VYDAVATEĽOV PERIODÍK	66
	2.7.1. Vydavateľ periodika a periodikum	66
	2.7.2. Obsah práva vydavateľov periodík	67
	2.7.3. Trvanie a zánik majetkových práv vydavateľa periodika	67
	2.7.4. Záonné licencie	68
2.8.	KOLEKTÍVNA SPRÁVA PRÁV	68
	2.8.1. Vymedzenie kolektívnej správy práv	68
	2.8.2. Organizácie kolektívnej správy práv	69
	2.8.3. Dobrovoľná a povinná kolektívna správa práv	70
2.9.	LOGO	71
2.10.	OCHRANNÁ ZNÁMKA	72
2.11.	KNOW-HOW	80
2.12.	PRÁVO DIZAJNOV	82
2.13.	OZNAČENIA PÔVODU VÝROBKOV A ZEMEPISNÉ OZNAČENIA VÝROBKOV	86
2.14.	DOMÉNOVÉ MENÁ	90
2.15.	OBCHODNÉ MENO	95
	Použitá literatúra	96
3. časť	OCHRANA OSOBNOSTI	97
	3.1. VŠEOBECNÉ OSOBNOSTNÉ PRÁVO V OBJEKTÍVNO M ZMYSLE	97
	3.2. VŠEOBECNÉ OSOBNOSTNÉ PRÁVO V SUBJEKTÍVNO M ZMYSLE	99
	3.2.1. Pojem	99

3.2.2.	Pojmové znaky subjektívneho všeobecného osobnostného práva	100
3.2.3.	Vznik všeobecného osobnostného práva v subjektívnom zmysle	102
3.2.4.	Osobnostný vzťah a jeho prvky	103
3.2.5.	Obmedzenie osobnostných práv	109
3.3.	SANKCIE ZA PORUŠENIE, RESP. OHROZENIE VŠEOBECNÉHO OSOBNOSTNÉHO PRÁVA	112
3.3.1.	Druhy sankcií za porušenie, resp. ohrozenie všeobecného osobnostného práva	112
3.3.2.	Podmienky vzniku občianskoprávnych sankcií podľa § 13 a 16 OZ	114
3.3.3.	Zbavenie sa občianskoprávnych sankcií podľa § 13 a 16 OZ	117
3.3.4.	Subjekty občianskoprávnych sankcií podľa § 13 a 16 OZ	118
3.4.	PRÁVNE PROSTRIEDKY OCHRANY PODĽA § 13 A 16 OZ	119
3.5.	VÝZNAM ČASU PRI UPLATNENÍ PRÁVA NA OCHRANU OSOBNOSTI PODĽA § 13 A 16 OZ	122
3.6.	OCHRANA OSOBNOSTI FYZICKEJ OSOBY V REKLAME	123
	Použitá literatúra	126
4. časť	REKLAMNÉ A MEDIÁLNE PRÁVO	128
4.1.	PRÁVNA ÚPRAVA REKLAMY	128
4.1.1.	Všeobecné právne požiadavky na reklamu	128
4.1.2.	Reklama alkoholických nápojov	138
4.1.3.	Reklama tabakových výrobkov	139
4.1.4.	Reklama zbraní a strelíva	140
4.1.5.	Reklama liekov	141
4.1.6.	Reklama dojčenských prípravkov a následných doplnkových prípravkov	144
4.1.7.	<i>Soft law</i>	145
4.2.	PRÁVNA ÚPRAVA AUDIOVÍZIE	146
4.3.	REGULÁCIA MASOVOKOMUNIKAČNÝCH PROSTRIEDKOV	150
4.3.1.	Všeobecný výklad o mediálnych službách	150

	4.3.2. Regulácia jednotlivých typov poskytovateľov a nimi poskytovaných obsahových služieb	154
	4.3.3. Právna úprava propagácie v médiách	160
	4.3.4. Rada pre mediálne služby a <i>soft law</i>	163
	4.3.5. Právo publikácií	164
	Použitá literatúra	168
5. časť	OCHRANA OSOBNÝCH ÚDAJOV	169
	5.1. KONCEPCIA A HISTÓRIA OCHRANY OSOBNÝCH ÚDAJOV	169
	5.2. PRAMENE PRÁVNEJ ÚPRAVY OCHRANY OSOBNÝCH ÚDAJOV	170
	5.2.1. Nariadenie GDPR	170
	5.2.2. Ochrana osobných údajov vo vybraných právnych predpisoch Slovenskej republiky	171
	5.3. SUBJEKT A OBJEKT OCHRANY OSOBNÝCH ÚDAJOV	172
	5.3.1. Subjekty v oblasti ochrany osobných údajov	172
	5.3.2. Objekt ochrany osobných údajov – osobný údaj	173
	5.3.3. Spracúvanie osobných údajov	176
	5.3.4. Práva dotknutej osoby	180
	5.3.5. Povinnosti prevádzkovateľa a sprostredkovateľa	184
	Použitá literatúra	185
6. časť	HOSPODÁRSKA SÚŤAŽ	187
	6.1 PRÁVO HOSPODÁRSKEJ SÚŤAŽE A OCHRANA HOSPODÁRSKEJ SÚŤAŽE	187
	6.2. PRÁVNA ÚPRAVA PODĽA ZÁKONA O OCHRANE HOSPODÁRSKEJ SÚŤAŽE	189
	6.2.1 Právo proti obmedzovaniu hospodárskej súťaže vo všeobecnosti	189
	6.2.2 Dohoda obmedzujúca súťaž (kartel)	189
	6.2.3. Zneužívanie dominantného postavenia na trhu (monopol)	190
	6.2.4. Iné formy nedovoleného obmedzovania súťaže	190
	6.2.5. Koncentrácia (fúzie)	192
	6.2.6. Protimonopolný úrad Slovenskej republiky	193

6.3.	PRÁVNÁ ÚPRAVA PODĽA OBCHODNÉHO ZÁKONNÍKA (PRÁVO PROTI NEKALEJ SÚŤAŽI)	194
6.3.1.	Generálna klauzula nekalej súťaže	194
6.3.2.	Osobitné skutkové podstaty nekalej súťaže	195
6.3.3.	Klamlivá reklama	196
6.3.4.	Klamlivé označenie tovaru a služieb	197
6.3.5.	Vyvolanie nebezpečenstva zámieny	197
6.3.6.	Parazitovanie na povesti	198
6.3.7.	Podplácanie	199
6.3.8.	Zľahčovanie	199
6.3.9.	Porušenie obchodného tajomstva	200
6.3.10.	Ohrozovanie zdravia a životného prostredia	200
6.3.11.	Právne prostriedky ochrany proti nekalej súťaži	201
	Použitá literatúra	202

7. časť	PRÁVNÁ REGULÁCIA ELEKTRONICKÉHO OBCHODU A ELEKTRONICKÝCH KOMUNIKÁCIÍ	205
7.1.	PRÁVNÁ REGULÁCIA ELEKTRONICKÉHO OBCHODU	205
7.1.1.	Pojem a pramene právnej úpravy elektronického obchodu (<i>e-commerce</i>)	205
7.1.2.	Všeobecný právny rámec regulácie elektronického obchodu	206
7.1.3.	Uzavíranie zmlúv na diaľku elektronickými prostriedkami	210
7.1.4.	Právna regulácia elektronického obchodu medzi podnikateľom a spotrebiteľom	213
7.2.	PRÁVNÁ REGULÁCIA ELEKTRONICKÝCH KOMUNIKÁCIÍ	226
7.2.1.	Všeobecný úvod do právnej regulácie elektronických komunikácií	226
7.2.2.	Zmluva o poskytovaní elektronických komunikačných služieb	227
7.2.3.	Právna regulácia tzv. <i>cookies</i>	229
7.2.4.	Právna úprava priameho marketingu v oblasti elektronických komunikácií	230

	Použitá literatúra	231
8. časť	PRÁVNA REGULÁCIA CENOTVORBY A FORIEM PLATENIA	232
	8.1. PRÁVNA REGULÁCIA CENOTVORBY	232
	8.1.1. Všeobecný výklad o cenách	232
	8.1.2. Zákon o cenách	234
	8.1.3. Transferové oceňovanie	240
	8.2. FORMY PLATENIA CENY ZA TOVAR A SLUŽBY	244
	8.2.1. Hotovostné platby	244
	8.2.2. Bezhotovostné platby	246
	Použitá literatúra	248
9. časť	PRÁVNA REGULÁCIA DISTRIBÚCIE TOVAROV A SLUŽIEB	250
	9.1. VŠEOBECNE O PRÁVNEJ REGULÁCII DISTRIBÚCIE TOVAROV A SLUŽIEB	250
	9.1.1. Hodnotový a dodávateľský reťazec	250
	9.1.2. Právna regulácia jednotlivých činností v procese distribúcie	251
	9.1.3. Právna regulácia jednotlivých subjektov vystupujúcich v procese distribúcie	256
	9.2. DISTRIBÚCIA FINANČNÝCH SLUŽIEB	258
	9.2.1. Pojem finančných služieb a ich členenie	258
	9.2.2. Finančné sprostredkovanie	261
	9.2.3. Cezhraničné poskytovanie a sprostredkovanie finančných služieb	266
	9.2.4. Pojem klient a povinnosti vo vzťahu k nemu	267
	9.3. DISTRIBÚCIA PRODUKTOV A SLUŽIEB CESTOVNÉHO RUCHU	273
	9.3.1. Všeobecne o distribúcii v odvetví cestovného ruchu	273
	9.3.2. Formy a spôsoby distribúcie v odvetví cestovného ruchu	274
	9.3.3. Vybrané subjekty oprávnené distribuovať produkty a služby cestovného ruchu	277
	9.4. DISTRIBÚCIA LIEKOV	281
	9.5. DISTRIBÚCIA ALKOHOLICKÝCH NÁPOJOV	287
	Použitá literatúra	289

10. časť	PRÁVNA ÚPRAVA OBCHODNOPRÁVNÝCH ZMLÚV	
	V OBLASTI MARKETINGU	293
10.1.	VŠEOBECNE O OBCHODNOPRÁVNÝCH ZMLUVÁCH	293
10.2.	NAJČASTEJŠIE POUŽÍVANÉ ZMLUVNÉ TYPY OBCHOD- NOPRÁVNÝCH ZMLÚV V OBLASTI MARKETINGU	294
10.2.1.	Všeobecný výklad	294
10.2.2.	Mandátna zmluva	296
10.2.3.	Komisionárska zmluva	298
10.2.4.	Zmluva o obchodnom zastúpení	300
10.2.5.	Zmluva o sprostredkovaní	311
10.2.6.	Licenčná zmluva na predmety priemyselného vlastníctva	317
10.2.7.	Franchisingová (franšízingová) zmluva	319
10.2.8.	Zmluva o výhradnom predaji	322
	Použitá literatúra	323
11. časť	PRÁVNA ÚPRAVA SPOTREBITEĽSKÝCH ZMLÚV V OBLASTI	
	MARKETINGU	326
11.1.	VŠEOBECNE O SPOTREBITEĽSKÝCH ZMLUVÁCH	326
11.1.1.	Vymedzenie pojmu spotrebiteľská zmluva	326
11.1.2.	Neprijateľné podmienky v spotrebiteľskej zmluve	326
11.2.	NAJČASTEJŠIE POUŽÍVANÉ ZMLUVNÉ TYPY	
	SPOTREBITEĽSKÝCH ZMLÚV V OBLASTI MARKETINGU	328
11.2.1.	Kúpna zmluva	328
11.2.2.	Zmluva o dielo	345
11.2.3.	Zmluva o zájazde	351
11.2.4.	Zmluva o ubytovaní	354
11.2.5.	Zmluva o preprave	356
11.2.6.	Spotrebiteľské súťaže	358
	Použitá literatúra	360