

Spis treści

Wykaz skrótów	11
Słowo wstępne	19
I. Zamiast wprowadzenia	
<i>Ewa Nowińska</i> Kilka słów o reklamie na przestrzeni wieków tytułem wstępu do rozważań prawnych	23
II. Reklama interdyscyplinarnie	
<i>Andrzej Falkowski, Zuzanna Słupicka</i> Reklama zawodów prawniczych -perspektywa psychologiczna	41
<i>Anna Tischner, Katarzyna Stasiuk</i> Przeciętny normatywno-empiryczny konsument, czyli czego prawnik może dowiedzieć się od psychologa o zachowaniach rynkowych konsumenta i co z tą wiedzą może zrobić?	51
<i>Agnieszka Pyrzyńska</i> Wpływ reklamy na treść istniejącego stosunku zobowiązaniowego	79
<i>Dorota Sylwestrzak</i> Wolność (swoboda) reklamy i jej administracyjnoprawne ograniczenia	92
<i>Iga Małobęcka-Szwast</i> Nadużycie pozycji dominującej na rynkach reklamy internetowej	111
<i>Bartosz Targański</i> Ograniczanie działalności reklamowej dystrybutora w internecie - perspektywa prawa konkurencji Unii Europejskiej	139
<i>Iwona B. Mika</i> Przejrzystość w reklamie politycznej - generalne uwagi na tle propozycji nowej regulacji	153
III. Zwalczanie nieuczciwej reklamy	
<i>Robert Stefanicki</i> Dyferencjacja modelu przeciętnego konsumenta	177

Jakub Kępiński

Reklama sprzeczna z dobrymi obyczajami lub uchybiająca godności człowieka 188

Piotr Chańko

Reklama naruszająca zasady moralne i uczciwość obrotu gospodarczego - uwagi na tle wyroku Sądu Apelacyjnego w Białymstoku z 3.02.2017 r., IACa 740/16 214

Małgorzata Sieradzka

Istotność zniekształcenia zachowania rynkowego jako przesłanka ochrony konsumenta przed nieuczciwymi praktykami reklamowymi 228

Michał Strzelecki, Łukasz Wroński

Istotność wprowadzenia w błąd - dwugłos na kanwie wyroku Trybunału Sprawiedliwości w sprawie C-281/12, Trento Sviluppo 243

Jarosław Sroczyński

Reklama wywołująca lęk 261

Monika Namysłowska, Karolina Sztobryn

Reklama coraz bardziej ukryta. O nowych wyzwaniach dla prawnej regulacji reklamy ukrytej 275

Joanna Affre, Katarzyna Kozyra, Marta Miszczuk

Greenwashing, czyli marketing pseudoekologiczny - ekorewolucja regulacyjna 287

Monika Namysłowska

Nieuczciwa reklama w orzecznictwie Trybunału Sprawiedliwości w latach 2011-2021 306

IV. Prawo reklamy a nowe technologie i ochrona danych osobowych

Witold Chomiczewski, Dominik Lubasz, Adam Szkurlat

Reklama online a dane osobowe 329

Dariusz Kasprzycki

Wokół problematyki zgody na kontakty o charakterze marketingowym 347

Elwira Macierzyńska-Franaszczyk

Technologia mieszanej rzeczywistości w reklamie w zderzeniu z prawem do prywatności 360

Joanna Mazur

Jak prawo umożliwia funkcjonowanie kapitalizmu inwigilacji? Elementy prawa ochrony danych osobowych Unii Europejskiej dotyczące profilowania i zautomatyzowanego podejmowania decyzji a targetowanie reklam w świetle koncepcji kapitalizmu inwigilacji 387

Joanna A. Luzak

Influencerzy a reklama - aspekty prawne 401

Arkadiusz Michalak

Reklama a oprogramowanie komputerowe - uwagi z perspektywy zwalczania nieuczciwej konkurencji 417

Maciej Kubiak, Karolina Kucharska

Prawne aspekty cyfrowego i dynamicznego lokowania produktu 433

V. Reklama a prawo własności intelektualnej

Beata Giesen

Naśladowcza reklama - rozważania z perspektywy prawa autorskiego oraz prawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji 445

Urszula Promińska

Zakres zakazanego naśladownictwa 479

Jarosław Dudzik, Ryszard Skubisz

Użycie znaku towarowego konkurenta w reklamie porównawczej (w prawie Unii Europejskiej i prawie polskim) 491

Katarzyna Grzybczyk

Body Image Advertising i regulacje prawne 518

Łukasz Maryniok

Wykorzystywanie folkloru w przekazach reklamowych 534

VI. Ograniczenia reklamy towarów i usług

Zbigniew Okoń

Niepubliczna reklama i promocja napojów alkoholowych 551

Małgorzata Balwicka-Szczyrba, Łukasz Balwicki

Zakaz reklamy i promocji podgrzewanych wyrobów tytoniowych (heated tobacco products) 563

Agnieszka Jabłonowska, Natalia Brzozowska

Regulacja reklamy hazardu internetowego a ochrona konsumentów w dobie mediów społecznościowych i aplikacji inwestycyjnych 575

<i>Marcin Balicki</i> Press start to advertise - aspekty prawne reklam w branży gier wideo	592
<i>Paweł Wojciechowski</i> Reklama żywności dla dzieci, w tym dla niemowląt i małych dzieci	619
<i>Justyna Nowak</i> O reklamie suplementów diety z trzech punktów widzenia - analiza prawa materialnego, procesowego i samoregulacji	642
<i>Marek Świerczyński, Zbigniew Więckowski</i> Nowe technologie w reklamie leków biologicznych	658
<i>Joanna Adamczyk</i> Reklama wyrobów medycznych - stan regulacji	672
<i>Katarzyna Południak-Gierz, Piotr Artur Olechowski</i> Personalizacja reklam produktów ubezpieczeniowych - między teorią a praktyką	697
<i>Michał Rafał Walczak</i> Ryzyko prawne w reklamie odwróconego kredytu hipotecznego skierowanej do konsumentów	715
<i>Dominik Lubasz</i> Reklama internetowa radców prawnych i adwokatów jako zawodów zaufania publicznego	725
VII. Dochodzenie roszczeń w sprawach dotyczących reklamy	
<i>Dominik Wolski</i> Zwalczanie nieuczciwej konkurencji w reklamie - uwagi z pogranicza prawa publicznego i prywatnego	743
<i>Jacek Olma</i> Zwalczanie nieuczciwej konkurencji w reklamie - praktyczne aspekty postępowania sądowego. 10 lat później	764
<i>Aleksandra Wędrychowska-Karpińska</i> Ciężar dowodu prawdziwości oznaczeń, informacji i wypowiedzi reklamowych - uwagi na tle art. 18a u.z.n.k.	780
<i>Anna Zientara</i> Możliwość stosowania art. 25 ust. 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji do reklamy sprzecznej z prawem	790

Jagna Mucha

Ochrona zbiorowych interesów konsumentów oraz zbiorowe dochodzenie
roszczeń wynikających z reklamy wprowadzającej w błąd 803

Jarosław Kończak

Reklamowa samoregulacja w Polsce 818

Bibliografia 829

Autorzy 865

oprac. BPK