

Obsah

O autoroch.....	V
Predhovor.....	VII
Zoznam použitých skratiek.....	XIII
Úvod.....	1
KAPITOLA I. Generálna klauzula nekalej súťaže.....	5
1.1 Úvod a krátky historický exkurz.....	5
1.2 Generálna klauzula nekalej súťaže <i>de lege lata</i>	9
1.3 Konanie v hospodárskej súťaži.....	17
1.3.1 Všeobecne k pojmu „konanie v hospodárskej súťaži“ ...	18
1.3.2 Pojem „konanie v hospodárskej súťaži“ v rozhodovacej praxi súdov.....	19
1.3.3 Hospodárska súťaž medzi subjektmi, ktoré nie sú priamymi konkurentmi a medzi tzv. súťažiteľmi <i>ad hoc</i>	21
1.3.4 Kedy nie je splnená podmienka konania v hospodárskej súťaži?.....	23
1.4 Dobré mravy v hospodárskej súťaži.....	26
1.4.1 Všeobecné vymedzenie pojmu „dobré mravy“.....	26
1.4.2 Všeobecne k pojmu „dobré mravy súťaže“.....	27
1.4.3 Pojem „dobré mravy súťaže“ v právnej doktríne.....	29
1.4.4 Judikatúra a pojem „dobré mravy súťaže“.....	30
1.4.5 Niektoré prípady z rozhodovacej praxe súdov.....	32
1.4.6 Pojem „dobré mravy súťaže“ v procese plynutia času... ..	35
1.5 Ujma v hospodárskej súťaži.....	37
KAPITOLA II. Ochrana spotrebiteľa proti nekalej súťaži.....	41
2.1 Teoreticko-metodologické východiská.....	41
2.2 Harmonizácia právnej úpravy.....	44
2.3 Vzťah súťažného práva k právu na ochranu spotrebiteľa.....	49
2.4 Smernica Európskeho parlamentu a Rady o lepšom presadzovaní a modernizácii predpisov EÚ v oblasti ochrany spotrebiteľa (smernica Omnibus).....	58
2.5 Spotrebiteľský kódex.....	64
2.6 Nový zákon o ochrane spotrebiteľa.....	68
2.7 Subjekty práva proti nekalej súťaži.....	77

2.7.1	Pojem „spotrebiteľ“ a hľadisko priemerného spotrebiteľa.....	79
2.7.2	Právnické osoby oprávnené hájiť záujmy spotrebiteľov	85
2.8	Generálna klauzula nekalej súťaže a spotrebiteľ.....	87
2.9	Zvláštne skutkové podstaty nekalej súťaže a spotrebiteľ	99
2.10	Právne prostriedky na ochranu spotrebiteľa pred nekalou súťažou	127
2.11	Verejnoprávna ochrana spotrebiteľa pred nekalou súťažou... ..	141
2.12	Administratívno-právna ochrana spotrebiteľa	143
2.13	Trestnoprávna ochrana spotrebiteľa.....	162
KAPITOLA III. Nekalosúťažné konanie zamestnancov		171
3.1	Pasívna vecná legitímácia zamestnancov v nekalosúťažných sporoch.....	172
3.2	Nekalosúťažné praktiky zamestnancov	173
3.2.1	Vyvolanie nebezpečenstva zámieny	174
3.2.2	Odlákavanie zamestnancov.....	176
3.2.3	Zľahčovanie	177
3.2.4	Porušovanie obchodného tajomstva.....	178
3.2.5	Podplácanie	180
3.2.6	Parazitovanie na povesti.....	181
3.3	Právna ochrana zamestnávateľa	182
KAPITOLA IV. Konflikt domény s právami na označenie v súdnej praxi		186
4.1	Stručná charakteristika a registrácia domén	187
4.2	Právna povaha domén	189
4.3	Kolízia doménových mien s právami na označenie.....	192
4.4	Spôsoby porušovania práv k doménovým menám	197
4.5	Nekalosúťažné zneužitie doménových mien	200
4.6	Právne prostriedky ochrany proti nekalosúťažnému zneužitiu domén	212
KAPITOLA V. Reklama a marketing v priestore elektronických médií.....		223
5.1	Internetová reklama	223
5.1.1	Klamlivé aspekty reklamy	225
5.1.2	Porovnávacia reklama	229
5.1.3	Reklama prostredníctvom kľúčových slov	236
5.1.4	Reklama šírená prostredníctvom Facebooku.....	239
5.2	Spam	240
5.2.1	Vymedzenie pojmu „spam“	240
5.2.2	Právna regulácia spamu	241

5.2.3	Nekalosúťažné aspekty nevyžiadanej elektronickej pošty.....	246
5.3	Influencer marketing	248
5.3.1	Právna úprava v podmienkach Slovenskej republiky ..	256
5.3.2	Platformy na zdieľanie obsahu a poskytovateľ platformy na zdieľanie obsahu	258
5.3.3	Audiovizuálna mediálna služba na požiadanie a povinnosti jej poskytovateľov	261
5.3.4	Rozsudok v prípade <i>Youtube</i> (C-628/18) a <i>Cyando</i> (C-683/19)	265
5.3.5	Vzťah podnikateľ – influencer	268
5.3.6	Vzťah spotrebiteľ – influencer	269
5.3.7	Influencer marketing a nekalá súťaž.....	271
5.3.8	Spotrebiteľ ako potencionálny páchatel' nekalej súťaže	279
KAPITOLA VI. Regulácia nekalej súťaže v zahraničných úpravách.....		285
6.1	Španielske právo proti nekalej súťaži.....	285
6.1.1	Subjektívna a objektívna fragmentácia právnej úpravy	289
6.1.2	Nekalé obchodné praktiky	295
6.1.3	Právne prostriedky ochrany pred nekalou súťažou ...	297
6.1.4	Etické kódexy spoločností „ <i>Códigos de conducta</i> “	298
6.1.5	Nezákonná reklama, nekalá súťaž a rekodifikačný návrh Obchodného zákonníka	300
6.1.6	Selektívne trendy v úprave proti nekalej súťaži.....	302
6.2	Francúzske právo proti nekalej súťaži	305
6.2.1	Subjektívna a objektívna fragmentácia právnej úpravy	305
6.2.2	Nekalé obchodné praktiky	308
6.2.3	Právne prostriedky ochrany pred nekalosúťažným konaním	313
6.2.4	Selektívne trendy v úprave proti nekalej súťaži.....	314
KAPITOLA VII. Záver a úvahy <i>de lege ferenda</i>		318
Zoznam použitej literatúry		330
Vecný register		340