

Recenzia

Právo v marketingu

Winkler, M. a kol.
Vydavateľstvo EKONÓM 2023, 360 s.,
ISBN 978-80-225-5124-3



Autorský kolektív z Obchodní fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave sepsal a pripravil v roce 2023 učebnici Právo v marketingu, ktorá predstavuje významný prínos pre oblasť právneho vzdelávania se zaměřením na marketing. Publikace, vydaná v roce 2023, se komplexně a systematicky věnuje všem klíčovým právním aspektům, s nimiž se mohou setkat profesionálové v marketingu i studenti oboru.

Struktura učebnice je jasne členená do 11 kapitol, ktoré pokrývajú široké spektrum právnych tém, počínajúc

vymezením predmetu a pojmu práva marketingu a navazuje rozborom jednotlivých právnych oblastí, a to právom duševného vlastníctví, ochranou osobnosti, reklamným a mediálnym právom, ochranou osobnosti, právom hospodárskej súťaže, regulácií elektronického obchodu, cenovými predpisy, regulácií distribučných ciest, úpravou obchodných zmlúv v oblasti marketingu a záverom normami na ochranu spotrebiteľa. Zvláštnu pozornosť je venovaná právnym otázkam spojeným s digitálnym marketingom, ochranou osobných údajů, právnym reguláciám reklamy a ochrane spotrebiteľů. Táto témata jsou nejen aktuální, ale i klíčová pro moderní marketingovou praxi, což činí učebnici nepostradatelnou pro ty, kteří se v této oblasti pohybují. Autoři učebnice tak komplexně popisují jak soukromoprávní tak veřejnoprávní regulaci.

Učebnice je postavena na integrovaném a moderním prístupu a propojení právnych vedomostí s konkrétnymi potrebami marketingovej praxe. V učebnici je tak opušteno historické pojetí výuky práva po jednotlivých právnych oborech bez väzby na konkrétnu praxi. Týmto moderním prístupom tak autoři poskytují čtenáři ucelený a aktuální pohled na právo v marketingu, což činí z učebnice cenný zdroj nejen pro akademické účely, ale také pro praktickou aplikaci.

Pozitívne lze taktéž hodnotit zejména logickou strukturu učebnice, která usnadňuje orientaci v textu a umožňuje čtenáři snadno najít relevantní informace. Učebnice se dále vyznačuje vysokou odborností, a autoři dbají na to, aby byl odborný text podán srozumitelně a čtivě, což je výraznou předností této publikace. Kromě teoretických výkladů se učebnice soustředí na aplikaci těchto poznatků v praktických situacích, čímž se stává nepostradatelným nástrojem nejen pro studenty, ale i pro odborníky v oblasti marketingu.

Učebnici lze tak doporučit každému, kdo chce porozumět právním aspektům marketingu a jejich praktickému uplatnění. Jedná se o inspirativní titul, který může být svým moderním pojetím příkladem i pro další odvětví, ve kterých se praxe prolíná s právem.

*Doc. JUDr. Ing. Tomáš Moravec, Ph.D.
Katedra Evropského a podnikového práva,
Vysoká škola ekonomická v Praze*