

POSUDEK OPONENTA

na rigorózní práci

REGULACE REKLAMY V EVROPSKÉM PRÁVU OCHRANY SPOTŘEBITELE

diplomant: **Mgr. Adéla Míková**

konzultant: **Doc. JUDr. PhDr. Michal Tomášek DrSc.**

oponent: **Doc. JUDr. Pavel Svoboda DEA**

-
1. Téma, které si rigorosantka zvolila pro svoji diplomovou práci, je pro právnickou profesi velmi aktuální. Diplomová práce je tím přínosnější, že tomuto tématu se v české právnické literatuře překvapivě nevěnuje dostatečná pozornost. Téma však je rovněž vhodné pro rigorózní práci vzhledem k jejímu poslání, možnému rozsahu a v důsledku toho prostoru pro hlubší vědeckou analýzu. Navíc rigorosantka téma zvládla zpracovat čtivým způsobem, který je zpřístupňuje i širšímu okruhu než pouze zasvěceným odborníkům.
 2. Obsah práce odpovídá cíli rigorózní práce na právnické fakultě, totiž vědecké analýze právního problému obsaženého ve zvoleném tématu. Právní problémy práce vytyčuje a pokouší se o jejich řešení
 3. Dostatečná je práce s literaturou, ale často nelze odlišit myšlenky předkladatelky od myšlenek převzatých z citovaných pramenů. Práci s judikaturou Soudního dvora lze rovněž označit za dostačující.
 4. Práce je přehledně členěna do tří částí (kromě úvodu a závěru), které plně pokrývají zvolené téma.
 5. Pokud jde o strukturu práce, jako nepoměr v rámci 90-stránkové práce lze rovněž považovat obecný úvod do spotřebitelského práva (bez specifik reklamy), který sahá až do strany 25, ale např. i na s. 31-33 není o reklamě nic. To je tím méně odůvodnitelné, že na s. 26 rigorosantka sama vidí místo soutěžně právní úpravy i ve vztahu k jiným právním oborům. Dále podle názoru oponenta by zvláštní část práce zasluhovala rozdělit na dvě části: na regulace reklamy podle komodit/služeb bez ohledu na její způsob a na regulace způsobů reklamy bez ohledu na reklamovanou komoditu/službu.
 6. Z formálních nedostatků, které bylo možno kosmeticky vylepšit, je používání anglického způsobu citací dokumentů evropských institucí a dále citace názvů rozsudků ESD v angličtině (např. s. 46, ale i jinde).
 7. Otázky k obhajobě:
 - K názvu práce: existuje regulace reklamy beze vztahu ke spotřebitelskému právu?
 - S. 34-35: Názor rigorosantky na dělení reklamy na dva druhy?
 - S. 35/2: Jak je ekonomicky definována služba a jak reklama této definici odpovídá?
 - S. 37: Názor rigorosantky na reklamu jako samostatnou službu?
 - Větší pozornost by si (vzhledem ke konstatování na s. 88 uprostřed) zasluhovala úprava spamů a úvaha o odpovědnosti poskytovatelů datových služeb za umožnění spamování.

8. Vzhledem k výše uvedenému považuji rigorózní práci za způsobilou k obhajobě.

V Praze dne 7.4.2006

Doc. JUDr. Pavel Svoboda DEA