

OBSAH MODULU ŽENA-SPOTŘEBITELEM

1 HISTORICKÝ VÝVOJ OCHRANY SPOTŘEBITELE	7
1.1 Vývoj ochrany spotřebitele u nás	7
1.1.1 Ochrana spotřebitele v prvních legislativních normách	7
1.1.2 Kontrolní činnost	8
1.1.3 Vznik a působnost cechovních řádů	9
1.1.4 Novodobá úprava tržního dozoru a ochrany spotřebitele	9
1.1.5 Vývoj ochrany po roce 1948	11
1.2 Novodobý vývoj ochrany spotřebitele ve světě	12
1.2.1 Kennedyho deklarace čtyř spotřebitelských práv	12
1.2.2 8 práv spotřebitelů Consumers International	13
1.2.3 Evropské společenství	14
1.2.4 Směrnice na ochranu spotřebitele	15
2 ZÁKON O OCHRANĚ SPOTŘEBITELE	18
2.1 Základní pojmy	18
2.2 Základní povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb	20
2.2.1 Poctivost prodeje	20
2.2.2 Zákaz diskriminace	20
2.2.3 Zákaz výroby, dovozu, nabídky, prodeje a darování výrobků nebezpečných svou zaměnitelností s potravinami	21
2.2.4 Zákaz klamání spotřebitele	21
2.2.5 Informační povinnost	21
2.2.6 Označování výrobků	22
2.2.7 Další povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb	25
2.2.8 Problematika obalů	25
2.2.9 Problematika reklamací	26
2.2.10 Úkoly veřejné správy	26
2.2.11 Ostatní ustanovení zákona	27
3 DOZOROVÉ ORGÁNY	28
3.1 Obecné vymezení dozorových orgánů	28
3.1.1 Činnost dozorových orgánů	28
3.1.2 Nástroje dozorových orgánů	28
3.1.3 Práva dozorových orgánů	29
3.1.4 Práva dozorových orgánů při výkonu své funkce	29
3.2 Charakteristika vybraných dozorových orgánů	29
3.2.1 Česká obchodní inspekce (ČOI)	29
3.2.2 Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZP)I	30
3.2.3 Orgány veterinární správy	31
3.2.4 Orgány ochrany veřejného zdraví	32
3.3 Jiné dozorové orgány	33
4 ZÁKON O SVOBODNÉM PŘÍSTUPU K INFORMACÍM	35
4.1 Základní pojmy	35
4.1.1 Účel úpravy	35
4.1.2 Žadatel	35
4.1.3 Dálkový přístup	35
4.1.4 Zveřejněná informace	35

4.1.5 Doprovodná informace	35
4.1.6 Povinné subjekty.....	36
4.2 Poskytování a zveřejňování informací	36
4.2.1 Zveřejnění pro dálkový přístup.....	37
4.2.2 Problematika registrů.....	37
4.3 Povinnost odkázat na zveřejněnou informaci	38
4.4 Ochrana utajovaných skutečností	38
4.5 Ochrana obchodního tajemství.....	38
4.6 Ochrana důvěrnosti majetkových poměrů	38
4.7 Další omezení práva na informace	39
4.7.1 Poskytování informací a povinnost mlčenlivosti.....	39
4.7.2 Podmínky omezení	40
4.7.3 Žádost o poskytnutí informací.....	40
4.7.4 Hrazení nákladů	40
5 ZÁKON O OCHRANĚ OSOBNÍCH DAT	43
5.1 Základní pojmy	43
5.1.1 Předmět úpravy.....	43
5.1.2 Osobní údaj.....	43
5.1.3 Citlivé údaje.....	44
5.1.4 Anonymní údaj	44
5.1.5 Subjekt údajů	44
5.1.6 Zpracování osobních údajů.....	44
5.1.7 Shromažďování.....	44
5.1.8 Uchování.....	44
5.1.9 Blokování.....	45
5.1.10 Likvidace	45
5.1.11 Správce	45
5.1.12 Zpracovatel	45
5.1.13 Zveřejněný osobní údaj	45
5.2 Působnost zákona.....	45
5.2.1 Zákon se vztahuje	45
5.2.2 Zákon se nevztahuje	46
5.3 Práva a povinnosti při zpracování údajů.....	46
5.3.1 Povinnosti správce.....	46
5.3.2 Nutný souhlas	47
5.3.3 Souhlas není nutný.....	47
5.3.4 Statistické a vědecké účely	47
5.3.5 Forma souhlasu.....	48
5.4 Nabízení obchodu nebo služeb	48
5.5 Zpracování citlivých údajů	48
5.5.1 Zachování života nebo zdraví.....	48
5.5.2 Zpracování pro zdravotní účely.....	49
5.5.3 Újma na právech subjektu údajů.....	49
5.6 Další povinnosti při zpracování údajů	49
5.6.1 Povinnost poučení o právech a povinnostech.....	49
5.6.2 Informace o zdroji údajů.....	50
5.6.3 Ověřování automatizovaně zpracovaných dat.....	50
5.6.4 Písemná forma poskytování informací	50

5.6.5 Bezplatné poskytnutí dat	50
5.6.6 Úplatné poskytnutí dat	50
5.6.7 Oznamovací povinnost	51
5.6.8 Ochrana práv subjektů údajů	51
5.7 Postavení a působnost úřadu	51
5.8 Sankce	51
6 SPOTŘEBITELSKÉ ORGANIZACE A HNUTÍ V ČR	54
6.1 Sdružení obrany spotřebitelů ČR	54
6.2 Občanské sdružení Test Praha	55
6.3 Spotřebitelský a poradenský informační servis	55
6.4 Sdružení českých spotřebitelů	55
6.5 Centrum spotřebitelsko-podnikatelských vztahů a ochrany spotřebitele Třebíč	55
7 VÝROBKY A ZNAČKY NA NICH	57
7.1 Základní pojmy	57
7.1.1 Duševní vlastnictví	57
7.1.2 Průmyslová práva	57
7.1.3 Autorské právo	58
7.1.4 Princip teritoriality	58
7.2 Jednotlivé segmenty duševního vlastnictví	58
7.3 Ochranná známka	58
7.3.1 Národní ochranná známka	59
7.3.2 Mezinárodní ochranná známka	59
7.3.3 Ochranná známka Společenství	59
7.3.4 Všeobecně známá známka	59
7.3.5 Doba platnosti ochranné známky	59
7.3.6 Práva z ochranné známky	59
7.3.7 Licence	60
7.3.8 Převod práv	61
7.3.9 Zástavní právo	61
7.3.10 Vzdání se práv k ochranné známce	61
7.3.11 Zrušení ochranné známky	61
7.3.12 Neplatnost ochranné známky	62
7.3.13 Kolektivní ochranná známka	62
7.3.14 Rejstřík ochranných známek	62

7.4 CZECH MADE – ověřená kvalita	63
7.5 ČSN-TEST	63
7.6 EKOLOGICKY ŠETRNÝ VÝROBEK	63
7.7 Značka ESČ	64
7.8 Nákup bez obav	64
7.9 Pečeť jakosti	65
7.10 Pyramida jakosti	65
7.11 Zaručená kvalita	65
7.12 Zdravotně nezávadná obuv	66
7.13 Čárový kód	66
7.14 Kódy E	67
7.15 Symboly „e“	68
7.16 Identifikační obalová značka	68
7.17 Bioznačky	68
7.18 Zelený bod	69
7.19 Puncovní značka	69
8 REKLAMA A MOŽNOSTI JEJÍHO VLIVU NA SPOTŘEBITELE	71
8.1 Základní pojmy	71
8.1.1 Reklama	71
8.1.2 Komunikační medium	71
8.1.3 Sponzorování	72
8.1.4 Sponzor	72
8.1.5 Zadavatel reklamy	72
8.1.6 Zpracovatel reklamy	72
8.1.7 Šířitel reklamy	72
8.2 Jednotlivé formy omezení reklamy	72
8.2.1 Podprahová reklama	73
8.2.2 Skrytá reklama	73
8.2.3 Nevyžádaná reklama	74
8.2.4 Srovnávací reklama	74
8.3 Dozor nad dodržováním zákona	75
8.4 Zařazování reklam do pořadů	76
8.5 Zákaz přerušení reklamou	76
8.6 Psychologické aspekty reklamy	76
8.6.1 Upoutání pozornosti	77
8.6.2 Struktura vysílání reklamních spotů	77
8.6.3 Nepřátelé reklamy	78
8.6.4 Jak se spotřebitel chrání sám	79