Soutěžní právo je systematicky řazeno do práva soukromého, a to jako součást obchodního práva v rozšířeném pojetí. Soutěžní právo je v české právní teorii definováno jako souhrn právních norem regulujících hospodářskou soutěž. Tyto normy stanoví práva a povinnosti jednotlivých subjektů, které jsou ve vzájemném soutěžním vztahu a dále postup při porušení stanovených pravidel soutěže. Soutěžní právo se v rámci hospodářsky významných zemí dělí na právo proti narušování hospodářské soutěže a právo proti nekalé soutěži, přičemž obě tyto části jsou vzájemně propojeny.[1]

Cílem této práce je zaměřit se na komplexní úpravu nekalé soutěže a dále na otázky spojené s právem proti nekalé soutěži v rámci reklamní praxe. Za tímto účelem budou uvedeny i příklady nekalosoutěžního chování a jejich hodnocení nejen rozhodovací praxí, prostředky ochrany proti nekalosoutěžnímu chování, jejich účinky a dopad na jejich praktické fungování z pohledu jednotlivých soutěžitelů, příp. spotřebitelů.

Vzhledem ke skutečnosti, že se v rámci vlastní právní praxe setkávám s problematikou nekalé soutěže na poli reklamy, a to v rámci již poměrně vyspělého trhu elektronických komunikací, bude tato práce zaměřena jednak na teoretickou část, a jednak na praktický dopad nekalosoutěžního chování na jednotlivé soutěžitele a následnou rozhodovací praxi soudů v těchto sporech. V neposlední řadě bude z důvodu ucelenosti celé práce pojednáno taktéž o historických pramenech úpravy nekalé soutěže, její evropské úpravě a některých sporech z rozhodovací praxe Evropského soudního dvora.

[1] Madar, Z. a kol.: Slovník českého práva, 2. vydání. Díl II. Praha: Linde Praha, a.s., str. 1333.