

Abstrakt

Práce se zabývá problematikou právní a etické regulace reklamy, konkrétně právní a etickou regulací reklamy na léčiva. Cílem práce je poskytnout ucelený náhled do předmětné problematiky a ilustrovat teoretické poznatky na příkladech z praxe. V menším měřítku také upozorňuje na specifické problémy v této oblasti a navrhuje jejich řešení. Člení se na šest kapitol. V úvodu je představena základní problematika a jsou uvedeny důvody výběru tématu autorem. Dále dochází k představení struktury práce, načez je odůvodněn výběr pramenů a je porovnána výsledná podoba práce s tezí. V teoretické části práce je čtenář nejprve seznámen se základními pojmy a aspekty. V následujících podkapitolách práce přechází k obecné regulaci reklamy a k regulaci reklamy na léčiva. Teoretická část není omezená na pouhý popis normativní úpravy, nýbrž je doplněna o některé kritické úvahy a návrhy na zlepšení. Praktická část bakalářské práce je věnována analýze vybraných případů týkajících se reklam na léčiva a jejich kritickému zhodnocení. V závěru dochází ke shrnutí práce a ucelené prezentaci zjištění, které autor zaznamenal. Zprostředkované informace mohou být nejen relevantním přínosem pro akademickou obec, ale i kvalitním zdrojem pro potřeby podnikatelů či zpracovatelů reklamy v oboru léčiv.