

Spis treści

Wstęp	XIII
Notki biograficzne	XVII
Wykaz skrótów	XXIII
Wykaz literatury	XXIX

Część I. Przyszłość prawa konsumenckiego na rynku cyfrowym

Rozdział 1. Konsument na jednolitym rynku cyfrowym	3
§ 1. Wprowadzenie	3
§ 2. Geneza jednolitego rynku cyfrowego	4
§ 3. Jednolity rynek cyfrowy – nowa jakość dla konsumentów	7
§ 4. Zapewnienie konsumentom łatwiejszego dostępu do towarów i usług cyfrowych w całej Europie	8
§ 5. Zapobieganie nieuzasadnionemu blokowaniu geograficznemu	10
§ 6. Ceny usług przesyłek transgraniczną barierą dla jednolitego rynku .	12
§ 7. Kultura na jednolitym rynku cyfrowym	13
§ 8. Konsument jako podmiot sieci cyfrowej i usług innowacyjnych	15
§ 9. Podsumowanie	18
Rozdział 2. Świadczenie wyłącznie elektroniczne w nowym prawie konsumenckim Unii Europejskiej	19
§ 1. Wprowadzenie	19
§ 2. Handel elektroniczny	19
§ 3. Świadczenie wyłącznie elektroniczne	23
§ 4. Elektroniczny obrót konsumencki	26
§ 5. Podsumowanie	33

Część II. Zagubienie konsumenta w świecie mediów elektronicznych

Rozdział 3. Czy reklama zobowiązuje? Treści zamieszczane w reklamach, które wchodzą do umowy zawartej z konsumentem. Uwagi na tle nowelizacji przepisów KC o rękojmi	37
§ 1. Wprowadzenie	37
§ 2. Wada fizyczna rzeczy sprzedanej	40
§ 3. Charakter prawny zapewnienia publicznego	42

§ 4. Przedmiot publicznych zapewnień	46
§ 5. Publiczny charakter zapewnień	50
§ 6. Podmioty składające publiczne zapewnienia	53
§ 7. Okoliczności wyłączające odpowiedzialność sprzedawcy	58
§ 8. Podsumowanie	60
Rozdział 4. Niebezpieczeństwo produktów medialnych	63
§ 1. Wprowadzenie	63
§ 2. Reklama produktów leczniczych	64
§ 3. Reklama pozostałych produktów	68
§ 4. Podsumowanie	70
Rozdział 5. Reklama suplementów diety	73
§ 1. Wprowadzenie	73
§ 2. Reklama żywności	74
§ 3. Ograniczenia w reklamie suplementów diety	79
§ 4. Podsumowanie	85
Rozdział 6. Lokowanie produktu a rozszerzenie obowiązku informacyjnego wobec konsumenta	87
§ 1. Wprowadzenie	87
§ 2. Obowiązki informacyjne wobec konsumenta wynikające z KC	89
§ 3. Obowiązki informacyjne wynikające z lokowania produktu a ustawa o prawach konsumenta	92
§ 4. Lokowanie produktu a regulacje w Stanach Zjednoczonych	99
§ 5. Podsumowanie	100
Rozdział 7. Zagubienie konsumenta w świecie mediów	103
§ 1. Wprowadzenie	103
§ 2. Konsument i jego chronione prawnie interesy	104
§ 3. Prawa konsumenta w świecie mediów	108
§ 4. Konsument a nierzetelne informowanie	112
§ 5. Podsumowanie	115
 Część III. Gromadzenie i przetwarzanie danych osobowych	
Rozdział 8. Działania na zbiorach typu <i>big data</i> z perspektywy ochrony praw e-konsumenta	119
§ 1. Wprowadzenie	119
§ 2. Eksploatacja danych, konkurowanie analityką	124
§ 3. Profilowanie konsumenta i przewidywanie zachowań konsumentekich	129
§ 4. Wybrane modele ochrony danych	136
§ 5. Podsumowanie	146

Rozdział 9. Powierzenie przetwarzania osobowych danych medycznych pacjenta	149
§ 1. Wprowadzenie	149
§ 2. Definicje	149
§ 3. Zakaz przetwarzania danych osobowych	150
§ 4. Powierzenie przetwarzania danych osobowych	151
§ 5. Powierzenie przetwarzania osobowych danych medycznych	153
§ 6. Powierzenie przetwarzania osobowych danych medycznych a ustawa o prawach pacjenta i Rzeczniku Praw Pacjenta	155
§ 7. Podsumowanie	157
Rozdział 10. Ochrona danych osobowych konsumenta – wybrane zagadnienia procesowe	161
§ 1. Wprowadzenie	161
§ 2. Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych i jego kompetencje	162
§ 3. Kompetencje GIODO do władczego rozstrzygania spraw indywidualnych	165
§ 4. Środki prawne służące ochronie danych osobowych konsumenta ...	167
§ 5. Informowanie konsumenta o przysługujących mu środkach prawnej ochrony danych osobowych	171
§ 6. Dezinformacja ograniczająca prawa konsumenta	174
§ 7. Podsumowanie	176
Część IV. Aukcja internetowa, ochrona dóbr osobistych oraz klauzule niedozwolone w umowach zawieranych przez Internet	
Rozdział 11. Klauzule niedozwolone w umowach zawieranych przez Internet	181
§ 1. Wprowadzenie	181
§ 2. Umowy zawierane na odległość	182
§ 3. Handel elektroniczny (<i>e-commerce</i>)	182
§ 4. Niedozwolone klauzule w handlu elektronicznym	183
I. Badanie treści wzorca umownego	183
II. Grupy klauzul niedozwolonych	185
1. Sąd właściwy dla rozstrzygania sporów	185
2. Zastrzeżenie prawa do zmiany regulaminu lub jego interpretacji	185
3. Rękojmia	186
4. Wyłączenie odpowiedzialności za błędne opisy towaru	188
5. Wyłączenie odpowiedzialności odszkodowawczej	189
6. Uprawnienie konsumenta do odstąpienia od umowy	190

7. Odmowa realizacji świadczenia	192
§ 5. Podsumowanie	193
Rozdział 12. Klauzule odmowy realizacji złożonego przez konsumenta zamówienia w transakcjach typu <i>business to consumer</i>	195
§ 1. Wprowadzenie	195
§ 2. Związanie konsumenta umowami typu <i>business to consumer</i>	196
§ 3. Przesłanki uznania klauzul za niedozwolone	198
§ 4. Stanowisko judykatury wobec klauzul odmowy realizacji zamówienia	200
§ 5. Podsumowanie	204
Rozdział 13. Aukcja internetowa – rozterki prawne uczestników	207
§ 1. Wprowadzenie	207
§ 2. Zastosowanie do aukcji internetowych przepisów Kodeksu cywilnego o trybach zawierania umów	208
I. Administrator internetowej platformy aukcyjnej	208
II. Uczestnicy aukcji internetowej	210
1. Aukcje „kup teraz” (sprzedaż po stałej cenie)	210
2. Aukcje licytacyjne	211
2.1. Jedność miejsca i czasu aukcji	213
2.2. Wystawienie towarów na aukcji	213
2.3. Związanie ofertą	215
2.4. Przybicie	216
§ 3. Błąd jako podstawa uchylenia się od skutków oświadczenia woli złożonego na aukcji internetowej	218
§ 4. Zastosowanie regulacji ochrony praw konsumenta	219
§ 5. Podsumowanie	220
Rozdział 14. Ochrona wizerunku konsumenta w Internecie – regulacje ustawowe a orzecznictwo sądowe	223
§ 1. Wprowadzenie	223
§ 2. Definicja dóbr osobistych	224
§ 3. Ochrona wizerunku	226
§ 4. Dozwolony użytek	229
I. Działalność publiczna	231
§ 5. Brak możliwości zidentyfikowania danej osoby	233
§ 6. Sankcje	234
§ 7. Pojęcie bezprawności	235
§ 8. Legitymacja czynna	236
§ 9. Legitymacja bierna	236
§ 10. Ciężar dowodu	239
§ 11. Podsumowanie	240

Rozdział 15. Opinie blogerów i komentarze na forach a dobra osobiste przedsiębiorcy. Granice krytyki konsumenckiej w Internecie	243
§ 1. Wprowadzenie	243
§ 2. Problem wyważenia różnych interesów	244
§ 3. Kryteria oceny wypowiedzi godzących w dobra osobiste przedsiębiorcy	246
§ 4. Działalność blogerów i użytkowników forum internetowego a ochrona praw konsumentów	249
§ 5. Podsumowanie	252
 Część V. Metody rozwiązywania sporów konsumentów z przedsiębiorcami	
Rozdział 16. Pozasądowe dochodzenie roszczeń przez konsumenta za pośrednictwem Internetu	255
§ 1. Wprowadzenie	255
§ 2. Ewolucja regulacji ADR w UE	256
I. Prawo do sądu – podstawowe prawo konsumenta	256
II. Ewolucja regulacji pozasądowego rozstrzygania sporów konsumenckich w społeczeństwie informacyjnym	259
III. Zielona Księga z 2002 r.	262
IV. Dyrektywa 2008/52/WE	263
V. Badania wykorzystania ADR w Unii Europejskiej w latach 2009–2011	264
§ 3. Nowe regulacje prawne w zakresie pozasądowego dochodzenia roszczeń w UE – dyrektywa 2013/11/UE i rozporządzenie Nr 524/2013	266
§ 4. Określenie pozasądowego rozstrzygania sporów ODR	267
§ 5. Organizacja ODR w rozporządzeniu Nr 524/2013/UE oraz dyrektywie 2013/11/UE	268
§ 6. Procedura ODR i postępowanie przed podmiotami ADR	269
I. Rola platform ODR w procedurze ADR – uwagi wprowadzające	269
II. Przebieg procedury z udziałem platformy ODR	272
III. Umowa o arbitraż oraz umowa o mediację jako podstawa ADR	276
IV. Rozpoznanie sporu przez podmiot ADR	279
§ 7. Podsumowanie	283
Rozdział 17. Badanie przestrzegania przepisów o jurysdykcji krajowej w sprawach konsumenckich w świetle rozporządzenia Nr 1215/2012	287
§ 1. Wprowadzenie	287

§ 2. Wybrane zagadnienia badania jurysdykcji w sprawach konsumentkich przed sądem orzekającym w świetle rozporządzenia Nr 1215/2012	289
I. „Niewdanie się w spór”	290
II. „Wdanie się w spór”	292
III. Podniesienie zarzutu braku jurysdykcji	294
IV. Pouczenie konsumenta – art. 26 ust. 2 rozporządzenia Nr 1215/2012	296
1. Charakter pouczenia	296
2. Skutki prawne braku pouczenia w postępowaniu w państwie pochodzenia	298
V. Konkluzja	300
VI. Konieczność ustalenia terminowego doręczenia pozwu umożliwiającą pozwanemu możliwość przygotowania obrony	301
§ 3. Kontrola jurysdykcji pośredniej w państwie członkowskim uznającym lub wykonującym orzeczenie	301
I. Rys historyczny	302
1. Konwencja brukselska i lugańska	302
2. Rozporządzenie Nr 44/2001	303
II. Regulacja rozporządzenia Nr 1215/2012	305
III. Uwzględnienie przesłanki odmowy na zarzut czy z urzędu	306
IV. Wniosek o wydanie orzeczenia stwierdzającego, że nie zachodzą podstawy do odmowy uznania	309
V. Procedura kontroli przed polskim sądem	310
§ 4. Podsumowanie	311

Część VI. Ochrona konsumenta w segmentach współczesnej gospodarki

Rozdział 18. Ochrona konsumentów usług turystycznych nabywanych drogą elektroniczną w prawie Unii Europejskiej	315
§ 1. Wprowadzenie	315
§ 2. Ochrona konsumentów imprez turystycznych	316
§ 3. Ochrona konsumentów usług łączonych przez organizatora lub sprzedawcę na życzenie klienta	318
§ 4. Ochrona konsumentów tzw. pakietów dynamicznych	319
§ 5. Ochrona konsumentów na gruncie projektowanej dyrektywy w sprawie imprez turystycznych i aranżowanych usług turystycznych	320
§ 6. Podsumowanie	327

Rozdział 19. Ochrona konsumenta w umowie ubezpieczenia zawartej z pośrednictwem Internetu w świetle prawa Unii Europejskiej oraz ustawy z 30.5.2014 r. o prawach konsumenta	329
§ 1. Wprowadzenie	329
§ 2. Ochrona konsumenta w umowie ubezpieczenia zawartej za pośrednictwem Internetu w prawie Unii Europejskiej	331
§ 3. Ochrona konsumenta strony umowy ubezpieczenia zawartej za pośrednictwem Internetu w ustawie o prawach konsumenta	336
§ 4. Podsumowanie	340
Rozdział 20. Zawieranie umów przez banki z konsumentami, ze szczególnym uwzględnieniem składania oświadczeń woli na podstawie art. 7 PrBank	343
§ 1. Wprowadzenie	343
§ 2. Zawieranie umów przez banki z konsumentami	345
§ 3. Obowiązki kredytodawcy przed zawarciem umowy o kredyt konsumentki	346
§ 4. Sposób zawarcia umowy	347
§ 5. Oświadczenia składane drogą elektroniczną	350
§ 6. Podsumowanie	352
Rozdział 21. Umowy o dostarczanie energii elektrycznej zawierane z konsumentem	353
§ 1. Wprowadzenie	353
§ 2. Umowy o dostarczanie energii elektrycznej i formy ich zawierania .	354
§ 3. Wymagania dotyczące umów o dostarczanie energii elektrycznej	358
§ 4. Ochrona konsumenta w świetle ustawy o prawach konsumenta	361
§ 5. Podsumowanie	364
Rozdział 22. Rynek e-papierosów. Analiza prawna i kryminologiczna zjawiska	367
§ 1. Wprowadzenie	367
§ 2. Kontrowersje wokół e-papierosów	370
§ 3. Rynek e-papierosów w świetle regulacji krajowych, unijnych oraz międzynarodowych	373
§ 4. Nowa dyrektywa tytoniowa wobec e-papierosów	375
§ 5. Perspektywy rynku e-papierosów w Polsce	378
§ 6. Podsumowanie	380
Rozdział 23. Rynek „dopalaczy” w Internecie a ochrona konsumenta	383
§ 1. Wprowadzenie	383
§ 2. Pojęcie „dopalaczy”	384
§ 3. Dopalacze a regulacje prawne – podstawowe założenia	386

§ 4. Sprzedaż „dopalaczy” w Internecie – charakterystyka zjawiska	393
§ 5. Przeciwdziałanie zjawisku „dopalaczy”	400
§ 6. Podsumowanie	404
Rozdział 24. Ochrona małoletnich użytkowników gier wideo w prawie Unii Europejskiej	405
§ 1. Wprowadzenie	405
§ 2. Podstawy prawne w zakresie ochrony małoletnich użytkowników gier wideo	406
§ 3. Akty prawa polskiego w zakresie ochrony małoletnich użytkowników gier wideo	413
§ 4. Skuteczność stosowanych obecnie środków ochrony małoletnich użytkowników gier wideo	414
§ 5. Podsumowanie	415
Rozdział 25. Ochrona konsumentów w regulacji unijnej dotyczącej utworów osieroconych	417
§ 1. Wprowadzenie	417
§ 2. Pojęcie konsumenta i przedsiębiorcy w regulacji dotyczącej utworów osieroconych	418
§ 3. Gospodarka oparta na wiedzy a konieczność zapewnienia konsumentom prawnej ochrony na rynku praw autorskich	421
§ 4. Ochrona praw konsumentów w dyrektywie 2012/28/UE	422
§ 5. Podsumowanie	425
Rozdział 26. Ochrona konsumenta książek i prasy w formie elektronicznej	427
§ 1. Wprowadzenie	427
§ 2. Pojęcie treści cyfrowych	429
§ 3. Obowiązki informacyjne dostawcy treści cyfrowych	430
I. Funkcjonalność treści cyfrowych	431
II. Interoperacyjność	432
III. Sposób przekazywania informacji i jej zakres	432
§ 4. Prawo odstąpienia od umowy i jego wyłączenia	433
§ 5. Podsumowanie	435
Indeks rzeczowy	439