

СТАНОВИЩЕ

от Мария Атанасова Вълканова, доктор по право

професор по Гражданско и семейно право

в Медицински университет „Проф. д-р Параскев Стоянов“ - Варна

член на научното жури за присъждане на научната и образователна степен
„доктор“

на Люба Методиева Маркова – Лозанова

автор на дисертационния труд на тема

„Правно регулиране на рекламната дейност“

1. Кратки биографични данни за докторантката

Люба Методиева Маркова – Лозанова е завършила специалност „Право“ в Юридическия факултет на СУ „Св. Климент Охридски“ през 2006 г. Докторант е в задочна форма на обучение в професионално направление 3.6 Право по докторска програма „Гражданско и семейно право“. Зачислена е със Заповед №2827/17.12.2018 г. на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски“ към катедра „Гражданскоправни науки“, считано от 12.12.2018г. до 11.02.2022 г. Темата на дисертационния й труд е „**Правно регулиране на рекламната дейност**“. Научен ръководител е доц. д-р Асен Воденичаров от катедра „Гражданскоправни науки“ в Правно-историческия факултет на ЮЗУ „Неофит Рилски“.

Люба Маркова – Лозанова е юрисконсулт към Застрахователно акционерно дружество „Армеец“ АД. Отчислена е с право на защита със Заповед № 242/23.02.2023 г. на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски“.

2. Данни за дисертацията

Представеният дисертационен труд е посветен на значим и актуален за действащото право и практиката правен институт - рекламата. Това е първото монографично изследване в българската правна доктрина, в което се прави обобщен преглед и анализ на нормативната уредба на рекламата и възникващите във връзка с осъществяването на рекламната дейност обществени отношения. В него е направено разграничението на отделните видове реклама, договорните отношения, възникващи във връзка с рекламната дейност, ограниченията по повод стоките и услугите, обект на реклама, основанията за възникване на административнонаказателна и гражданска отговорност при нарушаване на правилата за реклама са актуални и значими за българското право.

Изследването има важно значение за правоприлагането, защото отговаря на въпроси, които възникват в практиката, свързана с рекламната дейност.

Авторефератът отразява основните научни и научно-приложни приноси. Докторантката има пет публикации, които са във връзка с дисертацията, като две от тях са публикувани в сп. „Търговско и облигационно право“, а останалите три са под печат.

Дисертационният труд е в обем от 265 страници и се състои от заглавна страница; съдържание; използвани съкращения; увод; изложение; заключение; използвана литература; информация за участия в научни форуми и публикации във връзка с дисертационния труд. В структурно отношение изследването се състои от увод, изложение, включващо четири глави с обособени в тях точки и подточки, и заключение. Спазени са изискванията на чл.27, ал.2 от ППЗРАСРБ.

3. Научен апарат

Използваната литература обхваща 63 източника на български език и 10 на чужди езици (основно на английски и френски език), както и интернет източници - също на български език и чужди езици. Приложена е декларация за оригиналност.

Докторантката се позовава на авторите, които е включила в 682 бележки под линия. Източниците са коректно цитирани.

Направени са 682 бележки под линия.

Дисертационният труд отговаря на изискванията на ЗРАСРБ и вътрешната нормативна уредба на ЮЗУ „Неофит Рилски“.

4. Характеристика на основните части на дисертационния труд

В Глава първа на дисертационния труд се разглежда институтът на рекламата и видовете реклама. Направена е съпоставка между рекламата и други сходни правни явления. Проследено е развитието на нормативната уредба, касаеща рекламата. Изведени са основните признаци на рекламата като: рекламата представлява съобщение, което трябва да е свързано с търговия, занаят или професия; съобщението има адресати, които обичайно са неограничен кръг лица; рекламата има типична търговска цел – популяризирането на стоки или услуги и въздействие върху икономическото поведение на потребителите; рекламата има възмезден характер – осъществява се срещу заплащане или друго подобно възнаграждение. Направено е важно разграничение между отделните видове реклама с оглед начина на нейното разпространение, както и характеристиката на пряката реклама, непряката реклама и националната реклама.

Глава втора на дисертационния труд изследва договорните отношения, които възникват във връзка с рекламата. Направена е характеристика на договора, сключен между рекламодател и рекламна агенция, съответно между рекламодател или рекламна агенция и разпространител на реклама.

Трета глава е посветена на законовите ограничения, свързани с видовете стоки и услуги, обект на рекламата, с начина на нейното разпространение, с участниците в и адресатите на рекламата, нейното съдържание, както и тези с оглед осигуряване защита на правата на индустриална собственост, правата на потребителите и лоялната конкуренция.

В глава четвърта са разгледани основанията за възникване на административнонаказателната и гражданската отговорност при нарушаване на правилата за рекламата.

5. Оценка на научните и научноприложни приноси на представения дисертационен труд

Избраната тема е актуална. Актуалността ѝ се определя от наличието на все още неизследвани проблеми в областта на института на рекламата, предвид неговата динамика и развиваща се съдебна практика.

Дисертантката е подходила отговорно и задълбочено, изложението е ясно и добре структурирано.

Направени са предложения за развитие и усъвършенстване на действащото законодателство в материята на рекламата.

Приносен характер има проведеното отграничение на рекламата със сходни правни явления.

Институтът на рекламата е изследван в контекста на българското законодателство и Правото на Европейския съюз.

Като приносен момент може да се опрадели задълбоченото изследване на нормативните ограничения, касаещи рекламата на специфични видове стоки и услуги, като лекарствени продукти, медицински изделия, ветеринарномедицински продукти, наркотици, храни, продукти за растителна защита и други.

С научна и практическа стойност е проследяването на законовите ограничения, регулиращи рекламата с оглед на начина ѝ на разпространение, както и с оглед участниците и адресатите.

Ценен принос е и изследването на относими нормативни актове в материята на непочтените търговски практики, което корелира и с отразяване на съществуващата съдебна практика в тази област.

6. Кратки бележки и препоръки

Да се засили сравнителноправния подход на изследването в областта на рекламата с оглед различните разрешения на държавите – членки на ЕС. Това ще съдейства за подобряване на института и в българското законодателство.

Да се обособят направените в труда предложения *de lege ferenda* за усъвършенстване на действащото законодателство.

Заключение

Дисертационният труд показва, че дисертантът притежава задълбочени теоретични познания по гражданско право и способност за самостоятелни научни изследвания. В заключение убедено изразявам положителната си оценка, че

представеният за защита пред научно жури дисертационен труд на тема **„Правно регулиране на рекламната дейност ”** отговаря на изискванията на Закона за развитието на академичния състав в Република България и на Правилника за прилагане на ЗРАСРБ за получаване на образователната и научна степен „доктор”, поради което **предлагам да бъде присъдена образователната и научна степен „доктор” по научно направление 3.6. “Право” и по научна специалност „Гражданско и семейно право” на Люба Методиева Маркова – Лозанова към катедра „Гражданскоправни науки“ в Правно-историческия факултет на ЮЗУ „Неофит Рилски“.**

Варна,

7.06.2023 г.

С уважение:



проф. д-р Мария Вълканова

STATEMENT

By Maria Atanasova Valkanova, Doctor of Law

Professor of Civil and Family Law

In Medical University "Prof. Dr. Paraskev Stoyanov" - Varna

**Member of The Scientific jury for the award of the scientific and educational degree
"Doctor"**

To Lyuba Metodieva Markova - Lozanova

Author of the dissertation on topic

"Legal regulation of advertising"

1. Brief biographical data of the candidate

Lyuba Metodieva Markova - Lozanova graduated in Law from the Faculty of Law of Sofia University "St. Kliment Ohridski" in 2006. She is a part-time doctoral student in the professional field 3.6 Law in the doctoral program "Civil and Family Law". She is enrolled by Order No. 2827/17.12.2018 of the Rector of the SWU "Neofit Rilski" to the Department of Civil Law from 12.12.2018 until 11.02.2022. The topic of her dissertation is "**Legal regulation of advertising**". Her scientific supervisor is Assoc. Prof. Dr. Asen Vodenicharov from the Department of Civil Law at the Faculty of Law and History of SWU "Neofit Rilski".

Lyuba Markova - Lozanova is a legal advisor at "Armeec Insurance" JSC. She was granted the right to defence by Order No. 242/23.02.2023 of the Rector of SWU "Neofit Rilski".

2. Dissertation data

The presented dissertation is devoted to a significant and topical for the current law and practice legal institute - advertising. This is the first monographic study in the Bulgarian legal doctrine, in which a generalized review and analysis of the legal regulation of advertising and the emerging in connection with the implementation of advertising activity social relations is made. It distinguishes the different types of advertising, the contractual relations that arise in connection with advertising activity, the restrictions on the goods and services subject to advertising, the grounds for administrative and civil liability for violation of the advertising rules are relevant and significant for Bulgarian law.

The study has important value for legal practice because it answers questions that arise in the practice related to the advertising activity.

The abstract represents the main scientific and applied contributions. The PhD candidate has five publications that are related to the dissertation, two of them were published in the journal "Commercial and Contract Law", while the remaining three are in print.

The dissertation is 265 pages in length and consists of a title page; table of contents; abbreviations used; introduction; body; conclusion; references used; information on participation in scientific forums and publications related to the dissertation. Structurally, the study consists of an introduction, an exposition comprising four chapters with bullet points and sub-points, and a conclusion. The requirements of Article 27(2) of the Regulations for the Application of the Law on the Development of Academic Staff in the Republic of Bulgaria have been met.

3. Scientific apparatus

The literature used includes 63 sources in Bulgarian and 10 in foreign languages (mainly English and French), as well as internet sources - also in Bulgarian and foreign languages. A declaration of originality is attached.

The doctoral student refers to the authors she has included in 682 footnotes. The sources are correctly cited.

682 footnotes are made.

The dissertation complies with the requirements of the Law of Development of Academic Staff in the Republic of Bulgaria and The Internal regulations of the SWU "Neofit Rilski".

4. Characteristics of the main parts of the dissertation

Chapter one of the dissertation discusses the institution of advertisement and the types of advertising. A comparison is made between advertisement and other similar legal phenomena. The development of the legal framework concerning advertising is traced. The main features of advertisement are outlined, such as: advertisement is a message which must be related to trade, craft or profession; the message has addressees, which are usually an unlimited range of persons; advertisement has a typical commercial purpose - the promotion of goods or services and the influence on the economic behaviour of consumers; advertisement is remunerative - it is carried out for payment or other similar consideration. An important distinction is made between the different types of advertising with regard to the manner of their dissemination and the characteristics of direct advertisement, indirect advertisement and national advertising.

Chapter two of the dissertation examines the contractual relations that are established in relation to advertising. It characterizes the contract concluded between an advertiser and an advertising agency, respectively between an advertiser or an advertising agency and an advertisement distributor.

The third chapter is devoted to the legal restrictions related to the types of goods and services subject to advertisement, the manner of its distribution, the participants in and addressees of advertising, its content, as well as those with a view to ensuring the protection of industrial property rights, consumer rights and fair competition.

Chapter 4 discusses the grounds for administrative and civil liability for breach of the advertising rules.

5. Evaluation of the scientific and practical contributions of the presented dissertation

The chosen topic is actual. Its actuality is determined by the presence of still unexplored problems in the field of the institute of advertising, given its dynamics and developing case law.

The candidate's approach is responsible and thorough, the presentation is clear and well structured.

Proposals for the development and improvement of the current legislation in the field of advertising are made.

The differentiation of advertising from similar legal phenomena is of a contributory nature.

The institute of advertising is studied in the context of the Bulgarian legislation and the European Union law.

The in-depth study of regulatory restrictions concerning the advertising of specific types of goods and services, such as medicinal products, medical devices, veterinary products, drugs, food, plant protection products, etc., can be highlighted as a contribution.

Of scientific and practical value is the tracking of legal restrictions regulating advertising with regard to the manner of its dissemination, as well as with regard to the participants and addressees.

A valuable contribution is also the study of relevant legal acts in the field of unfair commercial practices, which correlates with the reflection of existing case law in this area.

6. Brief notes and recommendations

To strengthen the comparative law approach of advertising research in view of the different authorisations of EU Member States. This will also help to improve the institute in Bulgarian legislation.

To highlight the de lege ferenda proposals made in the paper for improving the current legislation.

Conclusion

The dissertation demonstrates that the PhD candidate possesses a thorough theoretical knowledge of civil law and the ability for independent research. In conclusion, I confidently express my positive assessment that the dissertation on "**Legal Regulation of Advertising**" submitted for defence before the Scientific jury meets the requirements of the Law on the Development of Academic Staff in the Republic of Bulgaria and the Regulations for the Application of the Law on the Development of Academic Staff in the Republic of Bulgaria for obtaining the educational and scientific degree "Doctor", therefore **I propose to award the educational and scientific degree "Doctor" in the professional field 3.6 "Law" and in the scientific specialty "Civil and Family Law" to Lyuba Metodieva Markova - Lozanova at the Department of Civil Law at the Faculty of Law and History of the SWU "Neofit Rilski"**.

Varna,
7.06.2023

Sincerely: */Signature/*
Prof. Dr. Maria Valkanova