**Etika reklamy**

**Etika –** náuka o morálke, snaha dodržiavať spoločenské normy

**Etiketa –** súhrn pravidiel ako by sme sa mali správať

(normatívne systémy – majú normy, ktoré treba dodržiavať)

**Legislatívne (právne) prostredie**

* Mladšie
* Jediný normatívny systém garantovaný a vynútiteľný štátnou mocou
* Normatívne právne akty (1. ústava 2. zákony)
* Garantuje to štát, má na to zložky – polícia, súd

**Etické prostredie**

* Staršie
* Prevláda prirodzené právo
* Širší normatívny systém
* Sú spísané v kódexoch (profesijný – lekár, advokát, súdna rada, novinári)
* Garantovaný vynútiteľný systém nie je

**Etické prostredie –** podlieha samoregulácií (médiá – rada pre retransmisiu a vysielanie, rada pre reklamu)

**Legislatívne prostredie**

* zákon o reklame § 147/2001 definuje, čo je klamlivá reklama, je v nej zahrnutá aj komparatívna reklama, reklama nesmie uviesť do omylu
* zákon § 308/2000 – zákon o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách

**CSR – Corporate social responsibility – spoločenská zodpovednosť firmy**

**Teaser/teasing**

* forma reklamného posolstva, ktorá má upútať pozornosť a hlavne vyvolať zvedavosť. Obvykle po určitom období nasleduje inzerát alebo spot, ktorý posolstvo teaseru vysvetľuje a doplňuje.

**CSR v oblastiach:**

**Sociálna** – spoločnosť zriadi škôlku, benefity prispievania do 3. piliera

**Ekonomická –** pravidelné vyplácanie miezd

**Environmentálna –** spoločnosť investuje do skrášľovania prostredia