

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Степанов Павел Иванович
Должность: Руководитель НТИ НИЯУ МИФИ
Дата подписания: 23.02.2026 21:25:40
Уникальный программный ключ:
8c65c591e26b2d8e460927740c1732672aa36275

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

Новоуральский технологический институт –
филиал федерального государственного автономного образовательного
учреждения высшего образования «Национальный исследовательский ядерный
университет «МИФИ»

УТВЕРЖДЕНА
Ученым советом НТИ НИЯУ МИФИ
Протокол № 1 от 03.02.2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины
"Правовое регулирование профессиональной деятельности"

Направление подготовки (специальность)	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки (специализация)	Управление инвестиционными проектами
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр
Форма обучения	очно-заочная

г. Новоуральск, 2025

Семестр	8
Трудоемкость, ЗЕТ	4 ЗЭТ
Трудоемкость, ч.	144 ч.
Аудиторные занятия, в т.ч.:	54 ч.
- лекции	18 ч.
- практические занятия	36 ч.
Самостоятельная работа	90 ч.
Форма итогового контроля	Зачет с оц.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО.....	4
3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ	4
4. ВОСПИТАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	9
7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	10
8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ И ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ.....	11
ПРИЛОЖЕНИЕ А ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА	13

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель курса заключается в необходимости дать углубленные знания студентам в области правовых возможностей повышения эффективности профессиональной деятельности. Целью практических занятий является наиболее полное раскрытие теоретических положений лекционного курса; обучение студентов юридическому мышлению: понимать не только сущность, назначение и содержание отдельных юридических норм, но и опираясь на знания их, уметь правильно применять эти нормы на практике, со знанием дела квалифицировать те или иные действия (бездействия) лиц и делать соответствующие выводы.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

В соответствии с Образовательной программой подготовки бакалавров «Управление инвестиционными проектами» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» данная учебная дисциплина входит в обязательную часть общепрофессионального модуля.

Для лучшего усвоения дисциплины «Правовое регулирование профессиональной деятельности» студентам требуются знания по предметам «Маркетинг», «Экономическая теория», «Экономика фирмы».

Дисциплина способствует формированию профессиональных компетенций, всестороннему развитию личности студентов, гарантирует качество их подготовки.

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Универсальные компетенции (УК):

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (УДК)
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	3-УК-2 Знать: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность У-УК-2 Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности В-УК-2 Владеть: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта, навыками работы с нормативно-правовой документацией
УК-11 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	3-УК-11 Знать: действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней У-УК-11 Уметь: планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме В-УК-11 Владеть: навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции

4 ВОСПИТАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели и задачи воспитания, воспитательный потенциал дисциплин

Направления/цели воспитания	Задачи воспитания (код)	Воспитательный потенциал дисциплин
Профессиональное и трудовое воспитание	формирование психологической готовности к профессиональной деятельности по избранной профессии (В15)	формирование устойчивого интереса к профессиональной деятельности, потребности в достижении результата, понимания функциональных обязанностей и задач избранной профессиональной деятельности, чувства профессиональной ответственности через выполнение учебных, в том числе практических заданий, требующих строгого соблюдения правил техники безопасности и инструкций по работе с оборудованием в рамках лабораторного практикума

5 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Структура учебной дисциплины

Раздел учебной дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной деятельности					СРС	Формы контроля	ИДК
		Лекции	Практические занятия	СРС					
				Изучение доп. материала по теме лекций	Подготовка к коллоквиумам	Подготовка к зачету			
Общие положения взаимодействия права и маркетинга	1	2	-	2	-	28	-	3-УК-2 У-УК-2 В-УК-2	
	2	-	-	2	-		-		
Правовое положение потребителя	3	2	-	2	-		-	3-УК-11 3-УК-11 3-УК-11	
	4	-	-	2	-		-		
Правовое регулирование конкурентной среды	5	2	-	2	-		-	ПР1 ПР2	
	6	-	-	2	-		-		
Правовое регулирование получения и исследования информации	7	2	8	2	6		-	ПР3 ПР4	
	8	-	-	2	-		-		
Правовое обеспечение товарной политики	9	2	-	2	-		-	ПР5 ПР6	
	10	-	-	2	-		-		
Правовое регулирование ценообразования в маркетинге	11	2	8	2	6		-	ПР7 ПР8 ПР9	
	12	-	-	2	-		-		
Правовое обеспечение функционирования каналов распределения	13	2	-	2	-		-	ПР7 ПР8 ПР9	
	14	-	-	2	-		-		
Правовое обеспечение маркетинговых коммуникаций	15	2	8	2	-		-	ПР7 ПР8 ПР9	
	16	-	-	2	-		-		
Правовое обеспечение маркетинга в различных сферах деятельности	17	2	-	2	6		-	ПР7 ПР8 ПР9	
	18	-	12	2	-		-		
Зачет						8			
ИТОГО по дисциплине	1-18	18	36	36	18	28	8		

5.2. Содержание учебной дисциплины

Номер	Тема занятия
1	2
ЛЕКЦИОННЫЕ ЗАНЯТИЯ	
Л1	<p>Общие положения взаимодействия права и маркетинга. Понятие права. Право и экономика. Сферы применения права в маркетинговой деятельности. Понятие предпринимательской деятельности. Предпринимательская деятельность граждан. Правовые отношения как элемент внешней среды маркетинга. Внутрифирменные документы как элемент внутренней среды маркетинга. Организация договорной работы в деятельности юридического лица. Взаимодействие права и маркетинга: определение правового статуса субъекта маркетинговой деятельности, его прав и обязанностей; взаимоотношение субъекта с другими участниками рыночной сферы (в т. Ч. С государством); установление внутрифирменного порядка управления, планирования, организации, получения информации, применении комплекса маркетинга. Источники права.</p>
Л2	<p>Правовое положение потребителя Законодательство о защите прав потребителей. Исторический анализ отечественного и зарубежного законодательства о защите прав потребителей. Сфера действия Закона «О защите прав потребителей». Структура данного закона. Основные понятия в области законодательства о защите прав потребителей: потребитель, изготовитель, исполнитель, продавец, существенный недостаток товара, безопасность товара, стандарт. Права потребителя, определенные в Законе «О защите прав потребителей». Государственная и общественная защита прав потребителей. Полномочия федерального антимонопольного органа и федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг); органов местного самоуправления. Общественные объединения потребителей. Ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушение прав потребителей.</p>
Л3	<p>Правовое регулирование конкурентной среды Конкуренция как фактор внешней среды маркетинга. Понятие антимонопольного законодательства. Специфика российского антимонопольного законодательства. Цели Закона «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и сфера его применения. Субъекты антимонопольного законодательства. Основные понятия: товар, товарный рынок, конкуренция. Понятие монополистической деятельности. Условия, характеризующие положение хозяйственного субъекта. Признаки доминирования. Формы недобросовестной конкуренции. Типы соглашений между хозяйствующими субъектами, ограничивающими конкуренцию. Определение границ (продуктовых, географических) рынка. Структура рынка. Барьеры выхода на рынок. Взаимозаменяемый товар с точки зрения покупателей и производителей. Правовое регулирование естественных монополий. Ответственность за нарушение российского антимонопольного законодательства.</p>

	<p>Антимонопольный комитет: задачи и полномочия. Государственный Реестр объединений и предприятий-монополистов.</p> <p>Зарубежное антимонопольное законодательство. Основы и принципы антитрестовского законодательства США. Объекты регулирования в США. Антимонопольное законодательство Западной Европы (Франции, Германии) и Восточной Европы (Польши, Венгрии). Особенности взаимодействия государства и бизнеса в Японии.</p>
Л4	<p>Правовое регулирование получения и исследования информации</p> <p>Информация — сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от их представления. Информация как объект гражданских правоотношений.</p> <p>Основные понятия в области правового регулирования получения и исследования информации: документированная информация, информационные ресурсы, персональные данные, конфиденциальная информация.</p> <p>Коммерческая и служебная тайна: понятие и виды. Методы получения информации. Условия сохранности коммерческой тайны. Средства защиты коммерческой тайны. Служба безопасности организации.</p> <p>Договор возмездного оказания услуг как юридическое оформление процесса получения информации. Виды договора возмездного оказания услуг.</p> <p>Объекты интеллектуальной собственности. Авторское право: понятие, субъекты, объекты. Охрана и защита авторских прав. Патентное право: понятие, субъекты, объекты. Охрана и защита патентных прав.</p>
Л5	<p>Правовое обеспечение товарной политики</p> <p>Понятие товара как категории маркетинга и его виды (собственно товар и услуги).</p> <p>Законодательство, определяющее правовой статус товара. Законодательство, обеспечивающее безопасность и уровень качества товара. Закон РФ «О стандартизации»: основные понятия. Закон РФ «О сертификации продукции и услуг»: основные понятия, сертификат и знак соответствия, виды сертификации. Правила и порядок проведения сертификации в Российской Федерации.</p> <p>Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров». Товарный знак: понятие и функции. Правовая охрана товарного знака. Виды товарного знака. Субъекты товарного знака. Исключительное право владельца товарного знака. Использование товарного знака.</p> <p>Договор об уступке товарного знака. Лицензионный договор. Договор франшизы.</p> <p>Наименование места происхождения товара и его правовая охрана. Использование наименования места происхождения товара. Регистрация и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара.</p> <p>Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара.</p>
Л6	<p>Правовое регулирование ценообразования в маркетинге</p> <p>Система ценообразования. Структура и особенности формирования цен.</p> <p>Цена в возмездных гражданско-правовых договорах в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации. Изменение цены в договорах.</p>
Л7	<p>Правовое обеспечение функционирования каналов распределения</p> <p>Определение каналов распределения как категории маркетинга.</p> <p>Торговые посредники: простые и торговцы. Сферы деятельности посредников, способы выплат вознаграждения. Условия работы посредников на рынке.</p> <p>Договоры посреднических услуг: поручения, комиссии, консигнации, агентский договор. Содержание, предмет, особенности прекращения данных договоров.</p> <p>Правила продажи различных видов товаров. Правила уличной торговли на</p>

	<p>территории Свердловской области и ЗАТО НГО. Правила работы предприятий, осуществляющих розничную торговую деятельность на территории Свердловской области и ЗАТО НГО.</p> <p>Торги: понятие, виды, организация и порядок проведения торгов. Заключение гражданско-правовых договоров на торгах. Последствия нарушения правил проведения торгов.</p>
Л8	<p>Правовое обеспечение маркетинговых коммуникаций</p> <p>Понятие маркетинговых коммуникаций. Методы стимулирующего воздействия на потребителя.</p> <p>Сущность и функции рекламы. Законодательство о рекламной деятельности. Цели и сфера применения Федерального закона «О рекламе». Определение рекламы. Реклама как объект авторского права и смежных прав. Ненадлежащая реклама: понятие, виды. Общие и специальные требования к рекламе.</p> <p>Распространение рекламы: время, место, способы и форма. Особенности рекламы отдельных товаров. Реклама для несовершеннолетних. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы. Социальная реклама.</p> <p>Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей.</p> <p>Контроль в области рекламы. Ответственность за ненадлежащую рекламу.</p> <p>Правила размещения средств наружной рекламы и информации в г. Москве.</p> <p>Международные правила в области рекламы.</p> <p>Формирование общественного мнения. Гражданский кодекс Российской Федерации о защите чести, достоинства и деловой репутации.</p>
Л9	<p>Правовое обеспечение маркетинга в различных сферах деятельности</p> <p>Классификации маркетинговой деятельности в зависимости от области рынка, вида товара, типов потребителей, сферы рынка, области предпринимательства.</p> <p>Финансовый маркетинг — маркетинговая деятельность на финансовом рынке, связанная с посредническими услугами по купле-продаже финансовых ресурсов.</p> <p>Маркетинг банковской и страховой деятельности. Законодательство, регулирующее банковскую и страховую деятельность.</p> <p>Договор банковского вклада. Договор банковского счета. Договор страхования. Договор факторинга.</p> <p>Экспортный маркетинг. Внешнеторговые сделки: предмет, форма, содержание, ответственность сторон, прекращение.</p> <p>Маркетинг в сфере туристской деятельности. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: основные понятия. Регулирование туристской деятельности. Права и обязательства туриста. Формирование, продвижение и реализация туристского продукта.</p>
ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ	
ПР1	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Общие положения взаимодействия права и маркетинга»
ПР2	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Правовое положение потребителя»
ПР3	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Правовое регулирование конкурентной среды»
ПР4	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Правовое регулирование получения и исследования информации»
ПР5	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Правовое обеспечение товарной политики»
ПР6	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Правовое регулирование ценообразования в маркетинге»
ПР7	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Правовое обеспечение

	функционирования каналов распределения»
ПР8	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Правовое обеспечение маркетинговых коммуникаций»
ПР9	Решение тестовых заданий по теме «Правовое обеспечение маркетинга в различных сферах деятельности»
ПР10	Решение кейсовых ситуаций по теме «Правовое обеспечение маркетинга в различных сферах деятельности»

Самостоятельная работа обучающихся

Самостоятельная работа студента по учебной дисциплине регламентируется «Положением об организации самостоятельной работы студентов в НТИ НИЯУ МИФИ».

Структура времени самостоятельной работы студентов

Подготовка к коллоквиумам

Написание реферата

Подготовка доклада

Изучение дополнительного материала по теме лекций

Подготовка к зачету

Перечень учебно-методического обеспечения.

Учебно-методическое обеспечение учебной работы студентов включает:

- 1) слайды для проведения лекций;
- 2) фонд оценочных средств:
 - вопросы для коллоквиумов;
 - темы рефератов;
 - контрольные вопросы для подготовки к сдаче зачета;
 - методические рекомендации для преподавателя;
- 3) учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов включает:
 - методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся НТИ НИЯУ МИФИ.

6 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Рекомендации для преподавателя по использованию информационно-образовательных технологий содержатся в «Положении об организационных формах и технологиях образовательного процесса в НТИ НИЯУ МИФИ».

При реализации программы дисциплины используются различные образовательные технологии. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций, практических занятий.

Для повышения уровня знаний студентов в течение семестра организуются консультации, во время которых:

- проводится объяснение непонятных для студентов разделов теоретического курса;
- принимаются задолженности и т.д.

Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, предполагающих активную обратную связь между преподавателем и студентами.

В процессе изучения дисциплины используются интерактивные формы обучения при проведении практических занятий:

- выступление студентов с докладом;
- дискуссии;
- презентации.

7 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств по дисциплине обеспечивает проверку освоения планируемых результатов обучения (компетенций и их индикаторов) посредством мероприятий рубежного и промежуточного контроля по дисциплине.

Связь между формируемыми компетенциями и формами контроля их освоения представлена в таблице

Наименование	Аттестация	Максимальный балл	ИДК
Общие положения взаимодействия права и маркетинга	ПР1	6	3-УК-2 У-УК-2 В-УК-2
Правовое положение потребителя	ПР2	6	
Правовое регулирование конкурентной среды	ПР3	6	
Правовое регулирование получения и исследования информации	ПР4	6	3-УК-11 3-УК-11 3-УК-11
Правовое обеспечение товарной политики	ПР5	6	
Правовое регулирование ценообразования в маркетинге	ПР6	6	
Правовое обеспечение функционирования каналов распределения	ПР7	6	
Правовое обеспечение маркетинговых коммуникаций	ПР8	6	
Правовое обеспечение маркетинга в различных сферах деятельности	ПР9	6	
	ПР10	6	
Зачет	Зачет	40	

Средства текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине представлены в ФОС. Шкала каждого контрольного мероприятия лежит в пределах от 0 до установленного максимального балла включительно. Итоговая аттестация по дисциплине оценивается по 100-балльной шкале и представляет собой сумму баллов, заработанных студентом при выполнении контрольных мероприятий. Полученные баллы переводятся в 5-балльную систему по следующей шкале:

Оценка по 5 балльной шкале	Зачет	Сумма баллов по дисциплине	Оценка (ECTS)	Градация
5 (отлично)	Зачтено	90-100	A	Отлично
4 (хорошо)		85-89	B	Очень хорошо
		75-84	C	Хорошо
		70-74	D	Удовлетворительно
3 (удовлетворительно)		65-69	E	Посредственно
	60-64			
2 (неудовлетворительно)	Не зачтено	Ниже 60	F	Неудовлетворительно

8 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины

1 Попова, Н. Ф. Правовое регулирование экономической деятельности : учебник для вузов / Н. Ф. Попова ; под редакцией М. А. Лапиной. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15047-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490593>

2 Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для вузов / А. Я. Капустин [и др.] ; под редакцией А. Я. Капустина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 382 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02684-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488655>

8.2 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

1 Фонд оценочных средств. - Новоуральск, НТИ НИЯУ МИФИ

8.3 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Наименование ресурса	Электронный адрес ресурса
1) Официальный сайт НТИ НИЯУ МИФИ	http://nti.mephi.ru
2) ЭБС <i>Юрайт</i>	http://urait.ru

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Её содержание представлено в локальной сети учебного заведения и находится в режиме свободного доступа для студентов. Доступ студентов для самостоятельной подготовки осуществляется через компьютеры библиотеки и компьютерных классов НТИ НИЯУ МИФИ.

Материально-техническое обеспечение аудиторных занятий:

- 1) комплект электронных презентаций/слайдов,
- 2) аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер)

10 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ И ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

Вводная часть

Цель данной дисциплины — дать учащимся ключевые представления о правовом регулировании профессиональной деятельности.

Основной упор на лекциях необходимо делать на понимание излагаемого материала и умения его использования при подготовке для сдачи экзамена, к практическим занятиям и при выполнении самостоятельных работ.

Для освоения учебной дисциплины специальных образовательных технологий не требуется. Лекционная часть курса обеспечивает получение необходимых знаний; практические занятия посвящены решению конкретных учебных задач.

Методические указания к лекциям, практическим занятиям.

Преподавателям на каждой лекции рекомендуется очень кратко повторять пройденный материал предыдущих лекций. При этом следует останавливаться на сложных для понимания студентами ключевых элементах дисциплины.

Студентам перед текущей лекцией (заранее) рекомендуется очень кратко повторять пройденный материал предыдущих лекций. При этом следует сосредоточить свое внимание на сложных для понимания ключевых элементах дисциплины.

Основной упор на изучаемых лекциях необходимо делать именно на понимание представленного материала и на умение его использовать при выполнении практических контрольных работ.

Изучение текущего материала рекомендуется проводить, опираясь на следующие пособия [1, 2].

В рамках дисциплины предусмотрено проведение практических занятий, на которых учащиеся должны, используя представленный на лекциях материал, закрепить знания по изучаемой дисциплине. Практика показала, что следует быть готовым заранее к различным приемам вовлечения студентов в творческий процесс освоения учебного материала.

ПРИЛОЖЕНИЕ А ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

1. Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации

- 1 Понятие права.
- 2 Понятие предпринимательской деятельности.
- 3 Правовые отношения как элемент внешней среды маркетинга.
- 4 Внутрифирменные документы как элемент внутренней среды маркетинга.
- 5 Источники права.
- 6 Законодательство о защите прав потребителей.
- 7 Исторический анализ отечественного и зарубежного законодательства о защите прав потребителей.
- 8 Сфера действия Закона «О защите прав потребителей».
- 9 Основные понятия в области законодательства о защите прав потребителей: потребитель, изготовитель, исполнитель, продавец, существенный недостаток товара, безопасность товара, стандарт.
- 10 Ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушение прав потребителей.
- 11 Конкуренция как фактор внешней среды маркетинга.
- 12 Понятие антимонопольного законодательства. Специфика российского антимонопольного законодательства.
- 13 Цели Закона «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и сфера его применения.
- 14 Субъекты антимонопольного законодательства.
- 15 Основные понятия: товар, товарный рынок, конкуренция.
- 16 Понятие монополистической деятельности.
- 17 Условия, характеризующие положение хозяйственного субъекта. Признаки доминирования.
- 18 Формы недобросовестной конкуренции.
- 19 Типы соглашений между хозяйствующими субъектами, ограничивающими конкуренцию.
- 20 Правовое регулирование естественных монополий.
- 21 Ответственность за нарушение российского антимонопольного законодательства.
- 22 Информация как объект гражданских правоотношений.
- 23 Основные понятия в области правового регулирования получения и исследования информации: документированная информация, информационные ресурсы, персональные данные, конфиденциальная информация.
- 24 Коммерческая и служебная тайна: понятие и виды.
- 25 Методы получения информации.
- 26 Условия сохранности коммерческой тайны.
- 27 Средства защиты коммерческой тайны.
- 28 Договор возмездного оказания услуг как юридическое оформление процесса получения информации. Виды договора возмездного оказания услуг.
- 29 Объекты интеллектуальной собственности.
- 30 Авторское право: понятие, субъекты, объекты.
- 31 Охрана и защита авторских прав.
- 32 Патентное право: понятие, субъекты, объекты.
- 33 Охрана и защита патентных прав.

34 Закон РФ «О сертификации продукции и услуг»: основные понятия, сертификат и знак соответствия, виды сертификации. Правила и порядок проведения сертификации в Российской Федерации.

35 Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров». Товарный знак: понятие и функции. Правовая охрана товарного знака.

36 Виды товарного знака. Субъекты товарного знака. Исключительное право владельца товарного знака. Использование товарного знака.

37 Договор об уступке товарного знака. Лицензионный договор. Договор франшизы.

38 Наименование места происхождения товара и его правовая охрана. Использование наименования места происхождения товара.

39 Регистрация и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара.

40 Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара.

41 Договоры посреднических услуг: поручения, комиссии, консигнации, агентский договор.

42 Содержание, предмет, особенности прекращения данных договоров.

43 Правила продажи различных видов товаров.

44 Торги: понятие, виды, организация и порядок проведения торгов.

45 Заключение гражданско-правовых договоров на торгах.

46 Последствия нарушения правил проведения торгов.

47 Понятие маркетинговых коммуникаций. Методы стимулирующего воздействия на Законодательство о рекламной деятельности. Цели и сфера применения Федерального закона «О рекламе».

48 Определение рекламы. Реклама как объект авторского права и смежных прав.

49 Ненадлежащая реклама: понятие, виды.

50 Общие и специальные требования к рекламе.

51 Распространение рекламы: время, место, способы и форма. Особенности рекламы отдельных товаров. Реклама для несовершеннолетних. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы. Социальная реклама.

52 Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей.

53 Контроль в области рекламы. Ответственность за ненадлежащую рекламу.

54 Правила размещения средств наружной рекламы и информации в г. Новоуральске.

55 Международные правила в области рекламы.

56 Законодательство, регулирующее банковскую и страховую деятельность.

57 Договор банковского вклада. Договор банковского счета. Договор страхования. Договор факторинга.

58 Экспортный маркетинг. Внешнеторговые сделки: предмет, форма, содержание, ответственность сторон, прекращение.

59 Маркетинг в сфере туристской деятельности. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: основные понятия. Регулирование туристской деятельности. Права и обязательства туриста. Формирование, продвижение и реализация туристского продукта.

2. Оценочные материалы для проведения текущего контроля

1. Потребитель в случае обнаружения в товаре недостатков, если они не были оговорены продавцом, по своему выбору вправе:

- А) потребовать замены на товар этой же марки**
- Б) потребовать замены на такой же товар другой марки;**
- В) потребовать незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление потребителем или третьим лицом;**
- Г) требовать деньги обратно

2. Право потребителей на ознакомление с новшествами относительно защиты их прав проявляется за счет:

- А) включение в образовательные стандарты**
- Б) включение в СМИ**
- В) организации системы информации потребителей**
- Г) нет верного ответа

3. В магазине «Уральский Вал» Вы приобрели музыкальный центр, весом 6 кг 150 гр. Дома обнаружили, что он имеет значительные изъяны и дефекты, мешающие наслаждаться Вам звучанием. Ваши действия?

4. Вы пришли в аптеку. Сообщили фармацевту о цели посещения: приобрести зубную пасту с отбеливающим эффектом.

Как, согласно закона о защите прав потребителей, должен действовать фармацевт.

5. Какими единицами измерения исчисляется срок службы товара (работы):

- А) временем**
- Б) километрами**
- В) метрами**
- Г) литрами
- Д) кубическими метрами**

6. Имеет ли право продавец установить гарантийный срок, если его не установил изготовитель?

- А) да**
- Б) нет

7. Отношения в области защиты прав потребителей регулируются:

- А) Гражданским кодексом**
- Б) Законом о защите прав потребителей**
- В) федеральными законами**
- Г) нет верного ответа

8. Изготовитель обязан обеспечивать безопасность товара (работы):

- А) только в течение установленного срока службы**
- Б) только в течение срока годности товара**
- В) А+Б
- Г) нет верного ответа

9. Изготовитель предупреждает о необходимости соблюдать правила безопасности использования товара путем:

- А) на этикетке**

- Б) маркировки**
- В) иной способ _____**

10. Изготовитель обязан довести до сведения потребителя следующую информацию:

- А) фирменное наименование организации**
- Б) адрес организации**
- В) график работы организации**
- Г) номер лицензии**

11. Вред, причиненный вследствие недостатков товара, подлежит возмещению

- А) только в денежной сумме
- Б) только в виде письменных и устных извинений
- В) по выбору потерпевшего**

12. Размер компенсации морального вреда определяется:

- А) исходя из степени жадности потребителя
- Б) судом**
- В) по согласованию сторон
- Г) нет верного ответа
- Д) зависит от величины имущественного вреда

13. Последняя редакция закона о защите прав потребителей датирована:

- А) от 21.01.2011**
- Б) от 23.11.2009
- В) от 03.06.2009
- Г) от 09.01.1996
- Д) нет верного ответа

14. Верно ли утверждение, что отсутствие у потребителя кассового или товарного чека либо иного документа, удостоверяющих факт и условия покупки товара является основанием для отказа в удовлетворении его требований?

- А) да
- Б) нет**

15. Имеет ли право потребитель участвовать в проверке качества товара?

- А) да**
- Б) нет

16. В течение какого времени потребитель имеет право предъявить претензии по товару, если срок годности и гарантийный срок не оговорен?

17. В июле 2011 года Вы таки решили приобрести шубу из белой норки стоимостью 120 тыс.руб. Вопрос: с какого времени будет осуществляться гарантийный срок шубы?

18. Приобрели набор посуды из китайского фарфора. Одна из чашек имеет скол 3 мм. Вопрос: в течении какого времени импортер обязан заменить товар, если аналогичного товара пока на складе нет?

19. Если потребитель меняет бракованный костюм фирмы Adidas на костюм той же марки, модели перерасчет цены:

- А) производится
- Б) не производится

20. В случае спорных моментов относительно причин возникновения недостатков импортер:

- А) проводит экспертизу за свой счет
- Б) проводится экспертиза за счет государства
- В) за счет чистой прибыли
- Г) 90% платит импортер, 10% - потребитель.

Банк кейсовых ситуаций

Задания выполняются в соответствии с вариантом. Номер варианта определяется в зависимости от первой буквы фамилии студента в соответствии со следующей схемой:

Вариант 1 – А-Д

Вариант 2 – Е-Л

Вариант 3 – М-Т

Вариант 4 - У-Я

Задание № 1 (без вариантов)

К теме «Источники правового регулирования маркетинговой деятельности»

- Найти и изучить отдельный нормативный правовой акт (любого уровня действия: от международного до локального), имеющий отношение к регулированию маркетинговой деятельности;
- Установить где, кем и когда указанный НПА был принят, когда вступил в силу, в какой редакции действует в настоящее время;
- Дать характеристику НПА в соответствии с изученной классификацией;
- Описать, какие вопросы в сфере маркетинга данный НПА регулирует;
- Кратко описать основные положения, регулирующие маркетинговую деятельность.

Внимание!!!

1. У всех студентов НПА должны быть разные!
2. Объем работы – 1-3 печатных листа формата А4 (шрифт - Times New Roman, размер шрифта - 12, межстрочный интервал - полуторный).

Задание № 2

К теме «Правовой статус субъектов маркетинговой деятельности»

Изучите следующие НПА:

- Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая, глава 3 «Граждане (физические лица)»);
- Федеральный закон от 8 августа 2001 года № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц»;
- Постановление Госстандарта РФ от 06.11.2001 № 454-ст «О принятии и введении в действие ОКВЭД» (вместе с «Общероссийским классификатором видов экономической деятельности» ОК 029-2001 (КДЕС Ред. 1));
- Постановление Правительства Российской Федерации от 16 октября 2003 г. № 630 «О Едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей, Правилах хранения в единых государственных реестрах юридических лиц и индивидуальных предпринимателей документов (сведений) и передачи их на

постоянное хранение в государственные архивы, а также о внесении изменений и дополнений в Постановления Правительства Российской Федерации от 19 июня 2002 г. N 438 и 439»;

- Постановление Правительства Российской Федерации от 19 июня 2002 г. № 439 «Об утверждении форм документов, используемых при государственной регистрации юридических лиц, и требований к их оформлению»;
- Приказ ФНС РФ от 01.11.2004 N САЭ-3-09/16@ «О методических разъяснениях по заполнению форм документов, используемых при государственной регистрации юридического лица и индивидуального предпринимателя» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 22.12.2004 N 6220);

И выполните задание в соответствии с Вашим вариантом:

Вариант 1.

Гражданин Российской Федерации Мальцев Илья Сергеевич (дата рождения - 25 января 1992 года), состоящий в браке, решил самостоятельно оказывать на платной основе организациям и гражданам услуги по разработке дизайн-макетов различной полиграфической продукции, в том числе рекламного характера, с целью извлечения прибыли. Какие действия Мальцеву необходимо предпринять, чтобы осуществлять свою деятельность в порядке, установленном законом? Какие документы необходимо оформить для государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя? Заполните соответствующую форму в соответствии с требованиями, установленными действующим законодательством.

Вариант 2.

Гражданка Российской Федерации Сердюкова Вера Сергеевна (дата рождения – 17 апреля 1984 года), состоящая в браке, решила на постоянной основе самостоятельно оказывать организациям платные услуги по ведению бухгалтерского учета, составлению бухгалтерской и налоговой отчетности, с целью обеспечить себе основной доход. В 2007 году Сердюкова зарегистрировалась в установленном законом порядке в качестве индивидуального предпринимателя. А в марте 2009 года Сердюкова развелась с мужем и вернула свою «девичью» фамилию Тихонова. Кроме того, Сердюкова решила заняться риэлтерской деятельностью. Какие действия необходимо предпринять Сердюковой для приведения документов, связанных с ее предпринимательской деятельностью, в соответствие с произошедшими изменениями? Какие документы необходимо оформить для внесения изменений в сведения об индивидуальном предпринимателе Сердюковой? Заполните соответствующую форму в соответствии с требованиями, установленными действующим законодательством.

Вариант 3.

Индивидуальный предприниматель Коренев Илья Семенович с 2005 года оказывал платные услуги организациям по проведению курсов повышения квалификации для работников маркетинговых служб, а также занимался розничной торговлей учебными пособиями, дисками и книгами по маркетингу. В 2009 году Коренев решил переехать на постоянное место жительства на Украину, в связи с чем принял решение о закрытии в России своего «дела». Как классифицируются виды деятельности, которыми занимался Коренев в соответствии с ОКВЭД (приведите коды и наименования видов деятельности)? Какие документы необходимо оформить Кореневу для прекращения предпринимательской деятельности? Заполните соответствующую форму в соответствии с требованиями, установленными действующим законодательством.

Вариант 4.

Гражданка Российской Федерации Устюгова Элеонора Павловна 10 лет проработала начальником отдела маркетинга в известном глянцево-м журнале. Со временем Устюгова решила открыть свое собственное издательство, а также небольшой полиграфический цех. Однако Устюгова не хотела забывать свою прежнюю деятельность и решила оказывать организациям и предпринимателям услуги по проведению маркетинговых исследований на платной основе. Какие действия Устюговой необходимо предпринять, чтобы осуществлять свою деятельность в порядке, установленном законом? Какие документы необходимо оформить для государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя? Заполните соответствующую форму в соответствии с требованиями, установленными действующим законодательством

Внимание!!!

1. При заполнении формы данные, отсутствующие в задании (имена, адреса, телефоны, ИНН, паспортные и иные данные), вносятся студентом произвольно в соответствии с установленными требованиями к оформлению такого рода данных;
2. Наименование и код регистрирующего органа, в который подается заявление, устанавливается студентом самостоятельно в соответствии с действующим законодательством;
3. Виды экономической деятельности определяется студентом самостоятельно в соответствии с заданием.
4. Объем письменного ответа – 1-2 печатных листа формата А4 (шрифт - Times New Roman, размер шрифта - 12, межстрочный интервал - полуторный).

Задание № 3

К теме «Правовое регулирование защиты прав потребителей»

Вариант 1.

Верещагин И.С. 20 ноября 2008 года заказал в магазине «Уют» (ИП Щекалев Н.Е.) по образцу, выставленному в торговом зале, диван. Верещагин заключил с предпринимателем договор купли-продажи, в соответствии с которым внес предварительную оплату в размере 100% от стоимости дивана. Продавец заверил Верещагина, что диван будет доставлен не позднее 20 января 2009 года, и внес указанную дату в договор. Диван был доставлен Верещагину только 15 февраля 2009 года и был совершенно не похож на тот образец, который покупатель видел в торговом зале магазина. Верещагин попросил у представителя магазина документы, чтобы проверить, какой диван был ему доставлен. Однако представитель магазина такие документы не предъявил. Верещагин счел действия продавца незаконными и на следующий день обратился в магазин с претензией. Прав ли покупатель? Какие требования вправе предъявить покупатель к продавцу в данном случае. Укажите, какие нормы Закона РФ «О защите прав потребителей» были нарушены. Составьте письменную претензию от имени покупателя. Произведите расчет неустойки, которую должен выплатить продавец покупателю, на день предъявления претензии.

Вариант 2.

В магазине «Красотка» Истратова О.В. приобрела вечернее платье из натурального шелка. Примерив платье дома и посоветовавшись с подругой, Истратова решила, что новое платье не подходит ей по размеру, и через 10 дней обратилась в магазин с просьбой вернуть ей деньги за купленное платье. В магазине Истратовой отказали, сославшись на то обстоятельство, что данное платье является дорогостоящим изделием, т.к. выполнено из натурального материала. Законны ли действия потребителя и продавца? Какие нормы

Закона РФ «О защите прав потребителей» нарушены? Как должны были поступить потребитель и продавец в соответствии с законом? Составьте соответствующий законодательству письменный ответ на обращение Истратовой со ссылкой на нормы Закона РФ «О защите прав потребителей».

Вариант 3.

Козлов Н.Д. заключил с ООО «Плотник» договор подряда на изготовление мебели для своего садового домика. Для выполнения работ Козлов передал подрядчику материал – доски и фанеру. Срок выполнения работ был установлен договором и составлял 20 календарных дней с момента оплаты заказчиком полной стоимости работ. Козлов внес предоплату и через 20 календарных дней получил свой заказ. При осмотре мебели Козлов заметил, что размеры мебели не соответствуют тем, что были указаны им на чертеже, приложенном к договору. Представитель ООО «Плотник» пояснил Козлову, что ему нужно сначала поставить свою подпись в акте сдачи-приемки выполненных работ, а уже потом обратиться к подрядчику с претензией. Козлов так и сделал. Правильно ли поступил Козлов? Какие действия он должен был произвести, чтобы защитить свои права? Какие требования Козлов вправе предъявить к подрядчику в указанной ситуации? В какие сроки данные требования должны быть удовлетворены подрядчиком? Какие нормы Закона РФ «О защите прав потребителей» нарушены? Составьте письменную претензию от имени покупателя.

Вариант 4.

Смирнова Е.В. купила в магазине «Радист» сотовый телефон. При покупке к телефону прилагался паспорт завода-изготовителя, в котором на телефон был установлен гарантийный срок 12 месяцев. Через 7 месяцев со дня покупки телефон вышел из строя. Смирнова обратилась к продавцу с просьбой вернуть деньги, заплаченные за телефон. Но в магазине Смирновой объяснили, что при продаже магазином был установлен другой гарантийный срок – 6 месяцев, который уже истек. Кроме того, Смирнова не смогла предъявить кассовый чек, подтверждающий покупку телефона, поэтому, как объяснил продавец, она не может предъявлять никаких требований к магазину. Законны ли действия продавца? Какие нормы Закона РФ «О защите прав потребителей» были нарушены продавцом? Какие требования и в какие сроки вправе предъявить покупатель к продавцу в указанной ситуации? Составьте письменную претензию от имени покупателя. Произведите расчет неустойки, которую должен выплатить продавец покупателю, на день предъявления претензии.

Внимание!!!

1. При составлении документов отсутствующие в задании даты, имена, названия организаций, адреса, телефоны, паспортные данные, модели товаров, их стоимость и иные сведения вносятся студентом произвольно в соответствии с установленными требованиями к оформлению такого рода сведений;
2. Объем письменного ответа и претензии – 1-5 печатных листа формата А4 (шрифт - Times New Roman, размер шрифта - 12, межстрочный интервал - полуторный).

Задание № 4

К теме «Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций»

Вариант 1.

Составьте рекламное объявление в печатное периодическое издание, не специализирующееся на сообщениях и материалах рекламного характера, с нарушением

требований пункта 4 части 4 и пункта 2 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»

Вариант 2.

Составьте рекламное объявление в печатное периодическое издание, не специализирующееся на сообщениях и материалах рекламного характера, с нарушением требований пункта 3 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Вариант 3.

Составьте рекламное объявление в печатное периодическое издание, не специализирующееся на сообщениях и материалах рекламного характера, с нарушением требований пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Вариант 4.

Составьте рекламное объявление в печатное периодическое издание, не специализирующееся на сообщениях и материалах рекламного характера, с нарушением требований пункта 1 части 2 статьи 5 и пункта 2 части 1 статьи 6 Федерального закона «О рекламе».

Внимание!!!

1. При составлении объявлений отсутствующие в задании даты, имена, названия организаций, адреса, телефоны, модели товаров, их стоимость и иные сведения вносятся студентом произвольно в соответствии с установленными требованиями к оформлению такого рода сведений;
2. Объем письменного ответа – 1 печатный лист формата А4 (шрифт - Times New Roman, размер шрифта - 12, междустрочный интервал - полуторный).