

Частное образовательное учреждение высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ  
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

---

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

На заседании кафедры гражданского  
права и процесса  
Протокол № 11 от 20.06.2023

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор  
Авдашкевич С.В.  
28.06.2023

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.15 Правовое регулирование маркетинговой деятельности
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль):	«Маркетинг»
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Программа:	Прикладного бакалавриата
Форма обучения:	Очная, заочная
Разработчики:	Кандидат юридических наук, доцент Кузьмин А.В.

### 1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины: изучение правовых основ маркетинговой деятельности, что позволит обучаемым: правильно оценивать особенности и перспективы развития гражданских правоотношений в Российской Федерации; выработать практические навыки по разрешению конкретных дел, связанных с профессиональной деятельностью, составлению документов, обеспечивающих профессиональную деятельность, договоров, правильному толкованию нормативных правовых актов.

Задачи дисциплины:

- изучение норм гражданского права и формирование у обучающихся целостного представления о маркетинговой деятельности;
- усвоение обучаемыми основных понятий науки и отраслей гражданского права, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности;
- привить навыки и умения необходимые для правильного составления и оформления юридических документов;
- овладение навыками применения полученных знаний в маркетинговой деятельности: разработке нормативных правовых актов; обосновании и принятии в пределах своей компетенции решений;
- овладениями навыками анализа и обобщения проблем Российского права;
- уяснение сущности правовой регламентации налогообложения маркетинговой деятельности;
- сформировать у обучающихся практическую готовность и способность оказания юридической помощи, консультирования по вопросам права и осуществления правовой экспертизы нормативных правовых актов.

### 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности
ПК-8	владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Планируемые результаты обучения:

Код компетенции	Основные признаки освоения		
	Знать	Уметь	Владеть
ОПК-1	способы, принципы реализации субъективных прав и исполнения обязанностей в правоотношениях в области маркетинга	анализировать судебную практику с учетом специфики правоотношений в маркетинге	навыками реализации норм права в области маркетинга, принятия необходимых мер для защиты субъективных прав членов общества и организаций различных форм собственности в РФ
ПК-8	способы, принципы реализации субъективных прав и исполнения обязанностей в правоотношениях в управлении	анализировать судебную практику с учетом специфики правоотношений в управлении операционной (производ-	навыками работы с правовыми актами в области торговой деятельности; юридической терминологией в

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»  
 Программа прикладного бакалавриата  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.15 Правовое регулирование маркетинговой деятельности  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

	операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	ственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений; навыками реализации норм права в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений, принятия необходимых мер для защиты субъективных прав членов общества и организаций различных форм собственности в РФ.
--	---	---	---

### 3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» входит в Блок 1 «Дисциплины (модуля)» (Вариативная часть) образовательной программы высшего образования по направлению 38.03.02 Менеджмент направленность (профиль) «Маркетинг».

*При изучении данной дисциплины обучающийся использует знания, умения и навыки, которые формируются в процессе изучения следующих дисциплин (практик):*

Право, Управление качеством, Производственный (операционный) менеджмент, Инновационный менеджмент

*Знания, умения и навыки, приобретенные в процессе изучения данной дисциплины, будут использованы обучающимся при изучении дисциплин (практик):*

Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, Документационное обеспечение управления, Производственная практика: преддипломная практика

### 4. Объем дисциплины

*Очная форма обучения:*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		6
<b>Аудиторные занятия (АЗ):</b>	32	32
В том числе:		
Лекционные занятия (Лек)	16	16
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	16	16
<b>Самостоятельная работа студента (СР)</b>	45	45
В том числе:		
Курсовая работа	0	
Другие виды самостоятельной работы*	45	45
<b>Контроль самостоятельной работы (КСР)</b>	4	4
<b>Контактная работа (КоР)</b>	36	36
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		Экзамен

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»  
 Программа прикладного бакалавриата  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.15 Правовое регулирование маркетинговой деятельности  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

<b>Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)</b>	27	27
<b>Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ</b>	108/3	108/3

\* - подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)..

*Заочная форма обучения:*

Вид учебной работы	Всего часов	Курс
		4
<b>Аудиторные занятия (АЗ):</b>	8	8
В том числе:		
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
<b>Самостоятельная работа студента (СР)</b>	88	88
В том числе:		
Курсовая работа	0	
Другие виды самостоятельной работы*	88	88
<b>Контроль самостоятельной работы (КСР)</b>	3	3
<b>Контактная работа (КоР)</b>	11	11
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		Экзамен
<b>Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)</b>	9	9
<b>Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ</b>	108/3	108/3

\* - подготовка к аудиторным занятиям.

## 5. Содержание дисциплины

*Очная форма обучения:*

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов			СР	Практическая подготовка*
			В том числе по видам аудиторных занятий				
			Лек	Пр	Лаб		
1	Маркетинг как объект правового регулирования.	6	4	4	0	6	4
2	Правовое регулирование товарной политики.	6	2	2	0	6	2
3	Договор как основа обязательств в предпринимательской деятельности.	6	2	2	0	6	2
4	Механизм правового регулирования предпринимательской деятельности	6	2	2	0	6	2
5	Правовое обеспечение товародвижения. Регулирование ценообразования	6	2	2	0	6	2
6	Естественные монополии. Правовые гарантии конкуренции	6	2	2	0	6	2
7	Правовое регулирование расчетов и кредитные правоотношения.	6	2	2	0	9	2
	Итого:		16	16	0	45	16

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

*Заочная форма обучения:*

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»  
 Программа прикладного бакалавриата  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.15 Правовое регулирование маркетинговой деятельности  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практиче- ская подго- товка*
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Маркетинг как объект правового регулирования.	4	2	0	0	12	4
2	Правовое регулирование товарной политики.	4	0	0	0	12	2
3	Договор как основа обязательств в предпринимательской деятельности.	4	0	2	0	12	2
4	Механизм правового регулирования предпринимательской деятельности	4	0	0	0	12	2
5	Правовое обеспечение товародвижения. Регулирование ценообразования	4	2	0	0	12	2
6	Естественные монополии. Правовые гарантии конкуренции	4	0	2	0	12	2
7	Правовое регулирование расчетов и кредитные правоотношения.	4	0	0	0	16	2
	Итого:		4	4	0	88	16

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия обучающихся, курсовая работа	Компетенции	Оценочное средство текущего контроля
1	2	3	4
Тема 1: Маркетинг как объект правового регулирования.	Маркетинговое исследование. Предмет и методы маркетинговых исследований. Объекты и субъекты маркетинговой деятельности. Процесс маркетинговых исследований. Правовые основы и виды информационных ресурсов маркетинга. Государственная, коммерческая и банковская тайна: правовые аспекты регулирования. Договор на проведение маркетинговых исследований. Договор на оказание информационных услуг. Договор о неразглашении конфиденциальной информации. Международное регулирование маркетинговых исследований. Кодексы международной торговой палаты, регулирующие маркетинговую деятельность. Международные правила в области маркетинговых коммуникаций. Законы РФ, регулирующие рекламную деятельность. Правовое положение участников рекламной деятельности. Нормативно – правовые требования к рекламе. Государственный контроль в области рекламы. Ответственность за ненадлежащую рекламу. Правовое регулирование продукции на ярмарках и выставках.	ОПК-1, ПК-8	Рефераты №1

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»  
 Программа прикладного бакалавриата  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.15 Правовое регулирование маркетинговой деятельности  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

	<p><b>Практические занятия/ Самостоятельная работа:</b> Маркетинг как объект правового регулирования.</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>		
<p>Тема 2: Правовое регулирование товарной политики.</p>	<p>Товарный знак: понятие, правовая охрана. Федеральные законы о товарных знаках. Порядок регистрации прав на товарный знак ответственность за незаконное пользование товарным знаком. Упаковка в маркетинговом и правовом аспектах. Конкурентоспособность товара: понятия, показатели, правовые требования. Понятие и правовое обеспечение сертификации продукции. Понятие стандартизации и ее правовое регулирование. Правовое регулирование сервиса как элемента конкурентоспособности. Договор поставки. Правовое положение о сроках поставки.</p> <p><b>Практические занятия/ Самостоятельная работа:</b> Правовое регулирование товарной политики</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>	ОПК-1,ПК-8	Рефераты №2
<p>Тема 3: Договор как основа обязательств в предпринимательской деятельности.</p>	<p>Понятие договора. Стороны договора. Виды и форма договора. Способы заключения договора. Изменение и расторжение договора. Правовые формы реализации продукции и товаров. Правовые способы обеспечения исполнения обязательств. Ответственность за нарушение обязательств. Внедоговорные обязательства</p> <p><b>Практические занятия/ Самостоятельная работа:</b> Договор как основа обязательств в предпринимательской деятельности.</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>	ОПК-1,ПК-8	Рефераты №3
<p>Тема 4: Механизм правового регулирования предпринимательской деятельности</p>	<p>Понятие и структура правовой основы предпринимательства. Нормативно – правовая основа предпринимательства. Законность и правопорядок в предпринимательской деятельности. Ответственность субъектов за соблюдением норм добросовестной коммерческой практики. Правовые отношения субъектов с органами государственной власти и управления. Защита прав потребителей. Федеральный закон «О защите прав потребителей». Собственность. Виды собственности. Правовая охрана собственности.</p> <p><b>Практические занятия/ Самостоятельная работа:</b> Механизм правового регулирования предпринимательской деятельности</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>	ОПК-1,ПК-8	Рефераты №4
<p>Тема 5: Правовое обеспечение товародвижения. Регулирование ценообразования</p>	<p>Товародвижение. Договор поручения в сфере товародвижения. Договор комиссии: понятие, содержание, ответственность. Договоры о совместной деятельности. Договор коммерческой концессии, торги, как инструмент товародвижения, правовое регулирование. Правовое регулирование реализации продукции на биржах. Договор лизинга. Общая стратегия рыночного ценообразования. Система государственного регулирования цен.</p>	ОПК-1,ПК-8	Контрольная работа №1

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»  
 Программа прикладного бакалавриата  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.15 Правовое регулирование маркетинговой деятельности  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

	<p>Правовая регламентация свободных рыночных цен. Формирование цен на продукцию государственных нужд. Юридическая ответственность за нарушение законодательства, регулирующего ценообразование.</p> <p><b>Практические занятия/ Самостоятельная работа:</b> Правовое обеспечение товародвижения. Регулирование ценообразования</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>		
<p>Тема 6: Естественные монополии. Правовые гарантии конкуренции</p>	<p>Конкурентная среда. Субъекты конкурентного законодательства. Понятие естественной монополии. Федеральные законы, регулирующие монополистическую деятельность. Государственное регулирование и контроль в сфере естественных монополий. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о естественных монополиях. Конкуренция и монополия как объективные свойства рыночной экономики: необходимость государственно – правового воздействия на них. Нормативно – правовая основа конкуренции и ограничения монополистической деятельности. Правовая характеристика недобросовестной конкуренции и монополистической деятельности. Роль государства в обеспечении правовых гарантий конкуренции.</p> <p><b>Практические занятия/ Самостоятельная работа:</b> Естественные монополии. Правовые гарантии конкуренции</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>	ОПК-1,ПК-8	Коллоквиум №1
<p>Тема 7: Правовое регулирование расчетов и кредитные правоотношения.</p>	<p>Расчетные правоотношения. Безналичные расчеты. Виды безналичных расчетов. Банковский счет. Содержание договора банковского счета, ответственность по договору. Правила осуществления безналичных расчетов, договор кредита.</p> <p><b>Практические занятия/ Самостоятельная работа:</b> Правовое регулирование расчетов и кредитные правоотношения.</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>	ОПК-1,ПК-8	Коллоквиум №1
Курсовая работа	Не предусмотрено учебным планом		

## 6. Формы проведения занятий

При реализации дисциплины применяются инновационные формы учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества.

*Очная форма обучения:*

№ п/п	Наименование темы/ лекционного (практического) занятия	Тип занятия	Кол-во часов	Форма проведения занятий
-------	---	-------------	--------------	--------------------------

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»  
 Программа прикладного бакалавриата  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.15 Правовое регулирование маркетинговой деятельности  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

1	Договор как основа обязательств в предпринимательской деятельности.: Договор как основа обязательств в предпринимательской деятельности.	Пр	2	Деловая игра
2	Естественные монополии. Правовые гарантии конкуренции: Естественные монополии. Правовые гарантии конкуренции	Пр	2	Дискуссия

*Заочная форма обучения:*

№ п/п	Наименование темы/ лекционного (практического) занятия	Тип занятия	Кол-во часов	Форма проведения занятий
1	Договор как основа обязательств в предпринимательской деятельности.: Договор как основа обязательств в предпринимательской деятельности.	Пр	2	Деловая игра
2	Естественные монополии. Правовые гарантии конкуренции: Естественные монополии. Правовые гарантии конкуренции	Пр	2	Дискуссия

**7. Способ реализации дисциплины**

Без использования онлайн-курса.

**8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:**

*Основная литература:*

1. Коммерческое право : учебник для вузов / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов ; под редакцией С. Н. Бабурина, Н. А. Машкина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 455 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14756-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510642>

2. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489034>

3. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2661-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425233>

*Дополнительная литература:*

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, 2023. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15047-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512598>

2. Морозов, Г. Б. Правовое регулирование предпринимательской деятельности : учебник и практикум для вузов / Г. Б. Морозов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 457 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13130-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492842>

3. Предпринимательское право. Правовое регулирование отдельных видов предпринимательской деятельности : учебник и практикум для вузов / Г. Ф. Ручкина [и др.] ; под редакцией Г. Ф. Ручкиной. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 553 с. —



38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»  
Программа прикладного бакалавриата  
Рабочая программа дисциплины  
Дисциплина: Б1.В.15 Правовое регулирование маркетинговой деятельности  
Форма обучения: очная, заочная  
Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
Обновлена на 2023/2024 учебный год

---

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14490-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497041>

## **9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения**

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение

Дополнительно при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются:

1. LMS Moodle.
2. Вебинарная платформа

## **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. [ibooks.ru](http://ibooks.ru) : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный
2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный
3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный
4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный
5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: [arhiv.naicn.ru](http://arhiv.naicn.ru). - Текст: электронный
6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный
7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный
8. Официальный Интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://pravo.gov.ru>. - Текст: электронный
9. Министерство юстиции Российской Федерации [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://www.minjust.gov.ru/ru>. - Текст: электронный
10. Гарант [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: [www.garant.ru](http://www.garant.ru). - Текст: электронный
11. ГАС РФ "Правосудие" [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://sudrf.ru/>. - Текст: электронный
12. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]: информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/>. - Текст: электронный

## **11. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованные: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенного специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»  
 Программа прикладного бакалавриата  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.15 Правовое регулирование маркетинговой деятельности  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

электронной информационно-образовательной среде Университета, программным обеспечением; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской.

Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, программным обеспечением.

При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), программным обеспечением. Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета [imeos.ru](http://imeos.ru) и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля).

## 12. Оценочные материалы по дисциплине

### 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

*Очная форма обучения:*

Код компетенции	Название дисциплины	Форма промежуточной аттестации	Семестр/курс	Этап формирования компетенции
ОПК-1	Право	экзамен	2	1
ОПК-1	Управление качеством	зачет	5	2
ОПК-1	Правовое регулирование маркетинговой деятельности	экзамен	6	3
ПК-8	Производственный (операционный) менеджмент	зачет	5	1
ПК-8	Инновационный менеджмент	экзамен	6	2
ПК-8	Правовое регулирование маркетинговой деятельности	экзамен	6	2
ПК-8	Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	зачет с оценкой	6	2
ПК-8	Документационное обеспечение управления	экзамен	7	3
ПК-8	Производственная практика: преддипломная практика	зачет с оценкой	8	4

*Заочная форма обучения:*

Код компетенции	Название дисциплины	Форма промежуточной аттестации	Семестр/курс	Этап формирования компетенции
ОПК-1	Право	экзамен	1	1
ОПК-1	Управление качеством	зачет	4	2
ОПК-1	Правовое регулирование маркетинговой деятельности	экзамен	4	2
ПК-8	Документационное обеспечение управления	экзамен	2	1
ПК-8	Производственный (операционный) менеджмент	зачет	3	2
ПК-8	Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	зачет с оценкой	3	2
ПК-8	Инновационный менеджмент	экзамен	4	3
ПК-8	Правовое регулирование маркетинговой деятельности	экзамен	4	3
ПК-8	Производственная практика: преддипломная практика	зачет с оценкой	5	4

**2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе изучения дисциплины, описание шкал оценивания**

*2.1 Текущий контроль*

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

Самостоятельная письменная аналитическая работа студента, которая способствует закреплению и систематизации знаний по одной или нескольким темам дисциплины. Цель контрольной работы – получить специальные знания и продемонстрировать навыки их практического применения.

Контрольная работа оценивается по следующим показателям:

1. Выполнение работы в полном объеме и без ошибок;
2. Зрелая, творческая, полностью самостоятельная работа;
3. Выполнение работы в соответствии с требованиями к оформлению.

**Критерии оценивания контрольной работы**

Полное, правильное и обоснованное решение; полностью самостоятельная работа; работа выполнена в соответствии с требованиями к оформлению	10 баллов
Решение в целом правильное и обоснованное, но допущены незначительные ошибки либо решение является неполным, допускается незначительная подсказка со стороны преподавателя; работа выполнена в соответствии с требованиями к оформлению	8 баллов
Решение содержит обоснование, ход рассуждений в целом верный, но при этом допущены существенные ошибки, студент продемонстрировал недостаточное умение правильно применять знания, полученные в процессе изучения дисциплины, либо работа выполнена при существенной помощи преподавателя; работа выполнена с некоторыми нарушениями требований к оформлению	6 баллов
Отсутствует решение задачи, либо отсутствует обоснование решения, либо решение содержит обоснование, но допущены грубые ошибки, приведшие к абсолютно неверной квалификации; работа выполнена без учета требований к оформлению	0 баллов

**Шкала оценивания контрольной работы**

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»  
 Программа прикладного бакалавриата  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.15 Правовое регулирование маркетинговой деятельности  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

Зависимость баллов и уровня сформированности компетенций на данном этапе изучения дисциплины представлены в следующей таблице:

<b>Баллы в БРС Университета</b>	10	8	6	0
<b>Уровень сформированности компетенции</b>	Повышенный	Высокий	Пороговый	Не сформированы

### РЕФЕРАТ

Самостоятельная письменная аналитическая работа, выполняемая на основе преобразования документальной информации и раскрывающая суть изучаемой темы; представляет собой краткое изложение содержания книги, научной работы, результатов изучения научной проблемы важного социально-культурного, народнохозяйственного или политического значения. Реферат отражает различные точки зрения на исследуемый вопрос, в том числе точку зрения самого автора.

#### Показатели и критерии оценивания реферата

№ п/п	Показатели оценки	Критерии оценивания
1	<b>Новизна текста</b> (актуальность темы исследования; новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; самостоятельность оценок и суждений).	Каждый из предложенных показателей оценивается по критерию <b>«выполнен - частично выполнен - не выполнен»</b> , что соответствует следующему распределению баллов <b>«2 балла - 1 балл - 0 баллов»</b>
2	<b>Степень раскрытия сущности вопроса</b> (соответствие плана теме реферата; соответствие содержания теме и плану реферата; полнота и глубина знаний по теме; умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному проблеме).	
3	<b>Обоснованность выбора источников</b> (оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования, в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).	
4	<b>Соблюдение требований к оформлению</b> (насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; оценка грамотности и культуры изложения, в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры, владение терминологией; соблюдение требований к объёму реферата).	
5	<b>Ответы на дополнительные вопросы</b>	

#### Шкала оценивания реферата

Зависимость баллов и уровня сформированности компетенции на данном этапе изучения дисциплины за реферат представлены в следующей таблице:

<b>Баллы в БРС Университета</b>	10-9	8-7	6-5	Менее 5
<b>Уровень сформированности компетенции</b>	Повышенный	Высокий	Пороговый	Не сформированы

### КОЛЛОКВИУМ

Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.

Коллоквиум оценивается по следующим показателям:

1. Глубокое и прочное усвоение программного материала;
2. Полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы при видоизменении задания;

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»  
 Программа прикладного бакалавриата  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.15 Правовое регулирование маркетинговой деятельности  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

3. Владение разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ;
4. Владение профессиональной терминологией;
5. Полный конспект лекционных материалов.

### Критерии оценивания коллоквиума

Студент полностью раскрыл содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложил материал грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию и символику; продемонстрировал сформированность и устойчивость полученных знаний. Возможны одна-две неточности при ответе на дополнительные вопросы, которые студент легко исправил по замечанию преподавателя.	20 баллов
Ответ студента имеет один из недостатков: в изложении вопроса допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; допущены один-два недочета при освещении основного содержания ответа, не исправленные по замечанию преподавателя; допущены ошибка или более двух недочетов при освещении дополнительных вопросов, легко исправленные по замечанию преподавателя.	15 баллов
Студент неполно раскрыл содержание вопроса, но показал общее понимание материала и продемонстрировал умения, достаточные для дальнейшего усвоения программного материала; имеет затруднения или допустил ошибки в определении понятий, использовании терминологии и исправил их после нескольких наводящих вопросов преподавателя.	10 баллов
Студент обнаружил полное незнание и непонимание изучаемого учебного материала по дисциплине или не смог ответить ни на один из дополнительных вопросов по изучаемому материалу.	0 баллов

### Шкала оценивания коллоквиума

Зависимость баллов и уровня сформированности компетенции на данном этапе изучения дисциплины представлены в следующей таблице:

<b>Баллы в БРС Университета</b>	20	15	10	0
<b>Уровень сформированности компетенции</b>	Повышенный	Высокий	Пороговый	Не сформированы

#### 2.2 Курсовая работа

Не предусмотрено учебным планом

#### 2.3 Промежуточная аттестация в форме зачета

Не предусмотрено учебным планом

#### 2.4 Промежуточная аттестация в форме экзамена

**Экзамен, проводимый в устной форме**, оценивается по следующим показателям:

1. Знание программного материала (теоретические вопросы/ ситуационные задачи);
2. Владение терминологией;
3. Представление о междисциплинарных связях;
4. Умение анализировать;
5. Последовательное и логичное изложение материала, стиль, грамотность;
6. Ответы на дополнительные вопросы экзаменатора (решение задач повышенной сложности).

### Критерии оценивания экзамена, проводимого в устной форме

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»  
 Программа прикладного бакалавриата  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.15 Правовое регулирование маркетинговой деятельности  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

Студент владеет знаниями и умениями по дисциплине в полном объеме рабочей программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину; Свободно владеет терминологией в рамках дисциплины; Имеет представление о междисциплинарных связях; Умеет анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал, выделять в нем главное: устанавливать причинно-следственные связи; Самостоятельно, в логической последовательности и исчерпывающе отвечает на все вопросы экзаменационного билета; Четко формирует ответы на дополнительные вопросы или решает задачи повышенной сложности.	30 баллов
Студент владеет знаниями и умениями дисциплины почти в полном объеме программы (имеются пробелы знаний только в некоторых, особенно сложных разделах); Владеет терминологией в рамках дисциплины; Имеет представление о междисциплинарных связях; Не всегда выделяет наиболее существенное, не допускает вместе с тем серьезных ошибок в ответах; Самостоятельно и отчасти при наводящих вопросах дает полноценные ответы на вопросы билета; Умеет решать средней сложности задачи или не отвечает на вопросы повышенной сложности	24 балла
Студент владеет обязательным объемом знаний по дисциплине; Путается в терминологии в рамках дисциплины; Не умеет анализировать; Проявляет затруднения в самостоятельных ответах, оперирует неточными формулировками; В процессе ответов допускаются ошибки по существу вопросов; Способен решать лишь наиболее легкие задачи, владеет только обязательным минимумом знаний	18 баллов
Студент не освоил обязательного минимума знаний дисциплины, не способен ответить на вопросы билета даже при дополнительных наводящих вопросах экзаменатора.	0

**Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине,  
завершающейся экзаменом**

<b>Баллы в БРС Университета</b>	30	24	18	0
<b>Уровень сформированности компетенции</b>	Повышенный	Высокий	Пороговый	Не сформированы

<b>Баллы по дисциплине*</b>	60 и менее		61-73		74-90		91-100
<b>Итоговая оценка по дисциплине*</b>	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично
<b>Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня</b>	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
<b>Уровень сформированности компетенций</b>	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

\*Оценка, полученная студентом за промежуточную аттестацию, выставляется с учетом баллов, полученных за текущий контроль (сумма баллов за экзамен и текущий контроль).

*2.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, сформированных дисциплиной*

После выполнения студентом всех видов оценочных средств, указанных в рабочей программе дисциплины, производится оценка уровня сформированности компетенций по дисциплине:

<b>И</b>	<b>н</b>	<b>с</b>	<b>о</b>	<b>в</b>	<b>з</b>	<b>н</b>	<b>Основные признаки освоения компетенций</b>
----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	---

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»  
 Программа прикладного бакалавриата  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.15 Правовое регулирование маркетинговой деятельности  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

		<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть</b>
ОПК-1	Пороговый	сущность и содержание основных норм права в области маркетинга	оперировать понятиями и категориями в области маркетинговой деятельности	навыками работы с правовыми актами в области маркетинга
	Высокий	формы защиты прав и законных интересов в области маркетинга	логически грамотно выражать точку зрения по вопросам применения законодательства, регулирующего правоотношения в области регулирования маркетинговой деятельности	юридической терминологией в области маркетинга
	Повышенный	способы, принципы реализации субъективных прав и исполнения обязанностей в правоотношениях в области маркетинга	анализировать судебную практику с учетом специфики правоотношений в маркетинге	навыками реализации норм права в области маркетинга, принятия необходимых мер для защиты субъективных прав членов общества и организаций различных форм собственности в РФ
ПК-8	Пороговый	сущность и содержание основных норм права в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	оперировать правовыми понятиями и категориями в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	навыками работы с правовыми актами в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений
	Высокий	формы защиты прав и законных интересов в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	логически грамотно выражать точку зрения по вопросам применения законодательства, регулирующего правоотношения в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	навыками работы с правовыми актами в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений
	Повышенный	способы, принципы реализации субъективных прав и исполнения обязанностей в правоотношениях в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических,	анализировать судебную практику с учетом специфики правоотношений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или	навыками работы с правовыми актами в области торговой деятельности; юридической терминологией в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических,

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»  
 Программа прикладного бакалавриата  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.15 Правовое регулирование маркетинговой деятельности  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

		продуктовых инноваций или организационных изменений	организационных изменений	продуктовых инноваций или организационных изменений; навыками реализации норм права в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений, принятия необходимых мер для защиты субъективных прав членов общества и организаций различных форм собственности в РФ.
--	--	---	---------------------------	--

### 3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

**Методика формирования оценки по дисциплине.** Успеваемость студента оценивается в баллах и состоит из:

- суммы баллов за выполнение заданий текущего контроля (обучающийся может получить в сумме не более 70 баллов);
- баллов за посещаемость (не более 10 баллов);
- баллов за активность на занятиях (занятия в интерактивной форме – п. 6. Формы проведения занятий), выполнение дополнительных заданий и пр. по усмотрению преподавателя, ведущего дисциплину – премиальные баллы (не более 20 баллов).

Полученные итоговые баллы по дисциплине переводятся в оценку по традиционной пятибалльной шкале оценивания и по 100-балльной шкале оценок Европейской системы перевода и накопления баллов (ECTS) в соответствии с таблицами, представленными в п. Таблицами. 1, 2. Оценки в пятибалльной шкале выставляются в ведомости и зачетные книжки, в 100-балльной – в ведомости.

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета (Положение «О текущем контроле успеваемости, промежуточной аттестации и балльно-рейтинговой системе оценки учебных достижений студентов», Положение «Об оценочных средствах», Положение «О контроле самостоятельности выполнения письменных работ обучающимися университета с использованием системы «Антиплагиат ВУЗ» и др.).

Уровень сформированности компетенции № 1 (№ N) определяется перечнем оценочных средств:

Оценочное средство (в том числе экзамен, зачет с оценкой при наличии)	Уровень сформированности компетенции*			Средний уровень сформированности компетенций по каждому оценочному средству
	Студент №1	...	Студент № N	
.....	.....			
<b>Итоговый уровень:</b>	.....			

\* пороговый, высокий или повышенный



Итоговый (общий/средний) уровень рассчитывается как среднее арифметическое с округлением в сторону более высокого уровня.

Далее делается вывод об общем уровне освоения компетенций студентами в ходе изучения дисциплины:

#### Оценочный лист по дисциплине

ФИО студента	Уровень сформированности компетенций								
	Общекультурные компетенции			Общепрофессиональные компетенции			Компетенции по видам деятельности		
	№ 1	№ N	Уровень сформированности общекультурных компетенций	№ 1	№ N	Уровень сформированности общепрофессиональных компетенций	№ 1	№ N	Уровень сформированности компетенций по виду деятельности № 1
Студент № 1									
Студент № 2									
.....									

**4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.**

#### Тематика реферата №1.

1. Маркетинговые исследования в РФ и за рубежом.
2. Предмет и методы маркетинговых исследований.
3. Объекты и субъекты маркетинговой деятельности.
4. Процесс маркетингового исследования и его стадии.
5. Правовые основы и виды информационных ресурсов маркетинга.
6. Государственная, коммерческая и банковская тайна: правовые аспекты регулирования.
7. Международное регулирование маркетинговых исследований.
8. Кодексы международной торговой палаты, регулирующие маркетинговую деятельность.
9. Общая характеристика прав пациента.

#### Тематика реферата №2.

1. Законы РФ, регулирующие рекламную деятельность.
2. Правовое положение участников рекламной деятельности.
3. Нормативно – правовые требования к рекламе.
4. Государственный контроль в области рекламы.
5. Ответственность за ненадлежащую рекламу.
6. Правовое регулирование продукции на ярмарках и выставках.
7. Товарный знак: понятие, правовая охрана.
8. Федеральные законы о товарных знаках.
9. Порядок регистрации прав на товарный знак.
10. Ответственность за незаконное пользование товарным знаком.
11. Упаковка в маркетинговом и правовом аспектах.

12. Конкурентоспособность товара: понятия, показатели, правовые требования.
13. Понятие и правовое обеспечение сертификации продукции.
14. Понятие стандартизации и ее правовое регулирование.
15. Правовое регулирование сервиса как элемента конкурентоспособности.

### **Тематика реферата №3.**

1. Договор на проведение маркетинговых исследований.
2. Договор на оказание информационных услуг.
3. Договор о неразглашении конфиденциальной информации.
4. Договор поставки. Правовое положение о сроках поставки.

### **Тематика реферата №4.**

1. Исторический аспект предпринимательства в России.
2. Понятие и структура правовой основы предпринимательства.
3. Нормативно – правовая основа предпринимательства.
4. Законность и порядок в предпринимательской деятельности.
5. Объекты и субъекты в предпринимательстве.
6. Ответственность субъектов за соблюдением норм добросовестной коммерческой практики.
7. Правовые отношения субъектов с органами государственной власти и управления.
8. Защита прав потребителей.
9. Федеральный закон «О защите прав потребителей».
10. Собственность.
11. Виды собственности.
12. Правовая охрана собственности.
13. Госсобственность.
14. Административная и уголовная ответственность за нарушение законодательства в области обеспечения охраны собственности.
15. Рейдерство и его специфика в РФ.

### **Контрольная работа №1**

1. Товаром по договору розничной купли-продажи является:
  - а) любой товар;
  - б) товар, используемый для любых нужд;
  - в) товар, используемый для извлечения прибыли.
2. Договор купли-продажи является:
  - а) реальным, взаимным, возмездным;
  - б) консенсуальным, односторонним, возмездным;
  - в) консенсуальным, взаимным, возмездным.
3. Существенными условиями договора купли-продажи являются:
  - а) наименование товара;
  - б) наименование и количество товара;
  - в) цена.
4. Информация о продавце, товаре и изготовителе должна доводиться до покупателя:

- а) на русском языке;
  - б) на любом языке на выбор производителя;
  - в) информация не обязательна.
5. Договор аренды зданий и сооружений заключается:
- а) путем составления документа, подписанного сторонами;
  - б) путем обмена письмами;
  - в) в устной форме.
6. Договор аренды здания и сооружения, заключенный на срок не менее года, считается заключенным с момента
- а) с подписанием сторонами акта передачи;
  - б) государственной регистрации;
  - в) нотариального удостоверения договора.
7. Договор аренды предприятия считается заключенным с момента:
- а) подписания договора сторонами;
  - б) нотариального удостоверения договора;
  - в) с момента государственной регистрации договора.
8. Договор аренды является:
- а) консенсуальным, двусторонним, возмездным;
  - в) консенсуальным, односторонним, возмездным;
  - г) реальным, односторонним, возмездным.
9. Размер платы за пользование имуществом по договору аренды устанавливается:
- а) договором аренды;
  - б) федеральным законом;
  - в) договором аренды и федеральным законом.
10. Списание денежных средств со счета:
- а) по согласованию сторон;
  - б) осуществляется на основании распоряжения банка;
  - в) осуществляется на основании распоряжения клиента.
11. Вправе ли коммерческая организация передавать имущество в безвозмездное пользование лицу, являющемуся ее руководителем:
- а) вправе;
  - б) не вправе;
  - в) с согласия учредителей или участников.
12. Вред, причиненный вследствие недостатков товара, подлежит возмещению:
- а) продавцом;
  - б) продавцом и изготовителем;
  - в) продавцом или изготовителем по выбору потерпевшего.
13. Кредитный договор заключается:
- а) в устной форме;
  - б) в письменной форме;
  - в) в нотариальной форме.
14. Кредитный договор является:
- а) консенсуальным;
  - б) односторонним или двусторонним в зависимости от субъектного состава;
  - в) реальным.
15. Срок заключения договора энергоснабжения:
- а) не должен превышать 2 лет;

- б) не должен превышать 5 лет;
- в) на неопределенный срок, если иное не предусмотрено соглашением сторон.

### **Тематика вопросов для коллоквиума №1.**

1. Конкурентная среда.
2. Субъекты конкурентного законодательства.
3. Понятие естественной монополии.
4. Федеральные законы, регулирующие монополистическую деятельность.
5. Государственное регулирование и контроль в сфере естественных монополий.
6. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о естественных монополиях.
7. Конкуренция и монополия как объективные свойства рыночной экономики.
8. Нормативно – правовая основа конкуренции и ограничения монополистической деятельности.
9. Правовая характеристика недобросовестной конкуренции и монополистической деятельности.
10. Роль государства в обеспечении правовых гарантий конкуренции.
11. Расчетные правоотношения.
12. Безналичные расчеты.
13. Виды безналичных расчетов.
14. Банковский счет.
15. Содержание договора банковского счета, ответственность по договору.
16. Правила осуществления безналичных расчетов.
17. Договор кредита.

### **Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену**

1. Объекты и субъекты маркетинговой деятельности как элементы маркетингового правоотношения.
2. Государственная тайна: правовые аспекты регулирования.
3. Банковская тайна: правовые аспекты регулирования.
4. Коммерческая тайна: правовые аспекты регулирования.
5. Договор на проведение маркетинговых исследований.
6. Договор на оказание информационных услуг.
7. Договор о неразглашении конфиденциальной информации.
8. Международно-правовое регулирование маркетинговых исследований.
9. Кодексы международной торговой палаты, регулирующие маркетинговую деятельность.
10. Международные правила в области маркетинговых коммуникаций.
11. Законы РФ, регулирующие рекламную деятельность.
12. Правовое положение участников рекламной деятельности.
13. Нормативно – правовые требования к рекламе.
14. Государственный контроль в области рекламы.

15. Ответственность за ненадлежащую рекламу.
16. Правовое регулирование продукции на ярмарках и выставках.
17. Товарный знак: понятие, правовая охрана.
18. Порядок регистрации прав на товарный знак
19. Ответственность за незаконное пользование товарным знаком.
20. Понятие и правовое обеспечение сертификации продукции.
21. Понятие стандартизации и ее правовое регулирование.
22. Правовое регулирование сервиса как элемента конкурентоспособности.
23. Договор поставки. Сроки поставки.
24. Понятие договора. Стороны договора. Виды и форма договора.
25. Способы заключения договора. Изменение и расторжение договора.
26. Правовые формы реализации продукции и товаров.
27. Правовые способы обеспечения исполнения обязательств.
28. Ответственность за нарушение обязательств.
29. Внедоговорные обязательства.
30. Понятие и структура правовой основы предпринимательства.
31. Нормативно – правовая основа предпринимательства.
32. Законность и правопорядок в предпринимательской деятельности.
33. Ответственность субъектов за несоблюдение норм добросовестной коммерческой практики.
34. Правовые отношения субъектов с органами государственной власти и управления.
35. Защита прав потребителей. Федеральный закон «О защите прав потребителей».
36. Собственность. Виды собственности. Правовая охрана собственности.
37. Договор поручения в сфере товародвижения.
38. Договор комиссии: понятие, содержание, ответственность.
39. Договоры о совместной деятельности.
40. Договор коммерческой концессии,
41. Договор лизинга.
42. Правовая регламентация свободных рыночных цен.
43. Юридическая ответственность за нарушение законодательства, регулирующего ценообразование.
44. Конкурентная среда. Субъекты конкурентного законодательства.
45. Федеральные законы, регулирующие монополистическую деятельность.
46. Государственное регулирование и контроль в сфере естественных монополий.
47. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о естественных монополиях.
48. Конкуренция и монополия как объективные свойства рыночной экономики: необходимость государственно – правового воздействия на них.
49. Нормативно – правовая основа конкуренции и ограничения монополистической деятельности. Правовая характеристика недобросовестной конкуренции и монополистической деятельности.

50. Роль государства в обеспечении правовых гарантий конкуренции.
51. Расчетные правоотношения.
52. Безналичные расчеты. Виды безналичных расчетов.
53. Банковский счет. Содержание договора банковского счета, ответственность по договору.
54. Правила осуществления безналичных расчетов

### **Примерный перечень практических заданий для экзамена**

1. Гражданин Макаров получил в обществе с ограниченной ответственностью «Всеобщий прокат» в возмездное владение и пользование сроком на шесть месяцев видеомагнитофон. По истечении месяца с начала использования видеомагнитофон сломался. Вызванный на дом представитель «Всеобщего проката» предложил забрать видеомагнитофон для ремонта, а пока идет ремонт - не брать прокатную плату. Макаров, в свою очередь, потребовал от «Всеобщего проката» расторжения договора, возврата уплаченной вперед прокатной платы, возмещения убытков (в виде проезда на такси за видеомагнитофоном и процентов за пользование чужими денежными средствами), а также взыскания морального вреда. «Всеобщий прокат» отказался удовлетворить эти требования, ссылаясь на то, что действующим законодательством расторжение договора в подобных случаях не предусмотрено. К тому же Макаров, скорее всего, нарушил правила пользования видеомагнитофоном, поскольку эти предметы обычно сами по себе не ломаются. Макаров обратился с иском в суд.

Какое решение должен вынести суд? Кто должен доказать, были ли нарушены правила пользования предметом проката?

2. Общество с ограниченной ответственностью заключило с государственным унитарным предприятием «Леспромхоз» (ГУП) договор о поставке пиломатериалов. В соответствии с заключенным договором общество перечислило ГУП полную стоимость пиломатериалов. Однако в установленный срок пиломатериалы поставлены не были. В связи с этим общество предъявило иск к ГУП о возврате перечисленной ранее суммы денежных средств, уплате процентов за пользование чужими денежными средствами и возмещении убытков, понесенных обществом в результате уплаты своим контрагентам неустойки за непоставку столярных изделий, которые общество должно было изготовить из полученных пиломатериалов.

Подлежат ли удовлетворению требования общества к ГУП? Изменится ли решение, если будет установлено, что заготовленные для поставки обществу пиломатериалы были уничтожены наводнением?

3. Николаев, собственник небольшого строения, долгое время отсутствовал, заколотив окна и двери. Районная администрация распорядилась открыть дом. После составления акта о разрушенности дома на 75% земельный участок, на котором находился дом, был отведен под застройку Константинову. Дом Николаева был бесплатно передан Константинову как строительный материал. Константинов в течение летнего строительного сезона полностью восстановил дом, перепланировал и капитально отремонтировал его. Осенью к прежнему месту жительства возвратился Николаев, который потребовал от Константинова передачи ему дома. Константинов предложил Николаеву обратиться в районную администрацию, которая признала претензию Николаева неосновательной, сославшись на его длительное отсутствие.

В каком порядке и как должно быть разрешено дело?

4. Писатель Привалов передал научному сотруднику Бузыкину 10 тыс. руб. с условием, что сумма долга вместе с процентами в размере 18% годовых будет возвращена через три месяца.

ца. Бузыкин обязался «уплатить займодавцу пеню в размере 0,5% от невозвращенной в срок суммы за каждый день просрочки». Договор был составлен в письменной форме и подписан сторонами. Бузыкин, не сумевший вернуть долг в оговоренный срок, старательно избегал Привалова. А тот, забыв обо всем, работал над очередным романом. Только через год и три месяца после заключения договора займа Привалов обратился в суд с иском о взыскании суммы долга, процентов из расчета 18% годовых и пени за 365 дней просрочки, начисленной на сумму долга и проценты. Бузыкин в отзыве на иск просил на основании ст. 333 ГК РФ уменьшить взыскиваемую пеню по следующим основаниям: 1) у Привалова нет никаких убытков, так как он получит большие проценты на сумму долга; 2) его, Бузыкина, заработная плата мала, а сумма пени – очень велика.

Как соотносятся понятия неустойки и пени? Дайте определение неустойки. Можно ли начислять неустойку на проценты, которые уплачиваются за пользование суммой займа? Оцените аргументы, которые приводит Бузыкин в обоснование своей просьбы. Может ли суд принять их во внимание? Есть ли у суда основания для снижения размера взыскиваемой пени?

5. ООО «Таврида» предоставила начальнику отдела кадров А. П. Романову заем под залог принадлежащей ему картины. Картина была перенесена в помещение артели. В обусловленный срок заем не был возвращен. Бухгалтер заявил, что права ООО как залогодержателя реализовать невозможно, поскольку вырученная от продажи картины сумма за вычетом расходов на организацию торгов не покроет долг Романова. В результате обсуждения проблемы было принято решение оставить картину за ООО и зачесть в счет ее стоимости долг заемщика. Романову очень не хотелось, чтобы картина досталась «Тавриде».

Какие права имеет залогодержатель по договору о залоге? Зависит ли существование субъективного права залогодержателя от стоимости предмета залога? В чем смысл слов бухгалтера «права общества как залогодержателя реализовать невозможно»? В каких случаях залогодержатель может оставить предмет залога за собой? Какие права имеет Романов как залогодатель в сложившейся ситуации?

6. Страховое акционерное общество «Миранда» заключало договоры страхования внутриквартирной отделки на очень выгодных условиях. Когда к нему обращался потенциальный страхователь, ему предлагалось заполнить заявление и уплатить в кассу страховой взнос, а затем выдавался страховой полис, в котором было сказано, что страховой случай определяется в правилах страхования. Правила же страхования в единственном экземпляре были вывешены для всеобщего обозрения в офисе. В квартире у гражданина Сеницына, заключившего таким образом договор, в результате неисправности электропроводки произошел пожар. Когда он обратился к страховщику за страховым возмещением, в нем ему было отказано по мотиву отсутствия страхового случая. В соответствии с правилами страхования возмещение уплачивалось только в случае пожара, случившегося в результате поджога. Считая отказ в выплате страхового возмещения неправильным, Сеницын обратился с иском в суд. В судебном заседании страховщиком были представлены правила страхования, согласованные с Министерством финансов РФ, в которых к числу страховых случаев был отнесен только поджог. Однако соответствующее изменение было внесено в правила уже после заключения договора страхования.

Решите дело. Изменится ли решение, если в полисе содержалось право страховщика изменять правила страхования? Какова природа правил страхования?

7. Иванов по исполнению данного ему поручения потребовал от Васильева выплаты вознаграждения за совершение сделки по найму жилого помещения в размере 15% цены заключенного им договора. Васильев отказался выплатить вознаграждение в таком размере, поскольку при заключении договора конкретная сумма вознаграждения названа не была, однако он очень доволен условиями заключенной Ивановым сделки и готов выплатить вознаграждение в

размере 3% цены договора. Иванов считал, что он вправе сам назначить сумму причитающегося ему вознаграждения. Кроме того, как ему известно, агентства по найму жилья за подобную услугу получают вознаграждение в размере от 15 до 25% цены договора, он же просит минимальную сумму.

При рассмотрении спора в суде выяснилось, что собственником квартиры, договор о найме которой заключил Иванов, является его жена, а Иванов управляет квартирой на основании агентского договора. Кто прав в этом споре?

8. Общество с ограниченной ответственностью «Рудольф» поручило торговому предприятию «Людмила» на комиссионных началах реализовать партию мужских костюмов по оговоренной цене за единицу.

Торговое предприятие «Людмила» реализовало костюмы по цене, почти вдвое превышающей оговоренную договором, и оставило себе всю разницу между ценой реализации и ценой, согласованной с обществом «Рудольф», в качестве комиссионного вознаграждения.

Общество «Рудольф» не согласилось с этим, утверждая, что размер комиссионного вознаграждения был определен ими в договоре в размере 5% стоимости проданной партии костюмов. Разницу же комиссионер обязан вернуть комитенту.

Торговое предприятие, не соглашаясь с этим, указало, что 5% вознаграждения предусмотрено договором для случая, когда костюмы не могут быть реализованы по более высокой цене. Кто прав в этом споре?