

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

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

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

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.01 Правовое регулирование маркетинговой деятельности
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль):	Маркетинг
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Старший преподаватель Тихонравов Л.В.

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель освоения 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:

сформировать у студентов систему знаний об основных категориях, понятиях государства и права;

- добиться прочного усвоения важнейших нормативных актов РФ, регулирующих деятельность в сфере маркетинга;

- выработать у студентов навыки составления процессуальных документов, обобщения юридической практики на основе четкого представления прав и обязанностей участников маркетинговой деятельности;

- развить навыки применения норм права в процессе выполнения своих функциональных обязанностей в сфере маркетинговых отношений.

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

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
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	УК-2.1 Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения	Наименование категории (группы) компетенций: «Разработка и реализация проектов»
	УК-2.2 Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ	
	УК-2.3 Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах	
УК-11 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-11.1 Знает об основных направлениях государственной политики в области противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции; международно-правовые основы противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции; организационные основы противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции.	Наименование категории (группы) компетенций: «Гражданская позиция»
	УК-11.2 Умеет выявлять признаки экстремистской и террористической деятельности, коррупционного поведения; анализировать действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом, коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики экстремистской и террористической деятельности, коррупции.	

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
	УК-11.3 Способен осуществлять социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры, соблюдать правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционного поведения.	
ПК-1 Способен осуществлять поиск, сбор, хранение, обработку и оценку первичной и вторичной маркетинговой информации	<p>ПК-1.1 Знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность.</p> <p>ПК-1.2 Умеет применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации.</p> <p>ПК-1.3 Способен осуществлять поиск первичной и вторичной маркетинговой информации, планировать и организовывать сбор, хранение, систематизацию и обобщение больших объемов информации, оценивать первичную и вторичную маркетинговую информацию; обрабатывать полученные данные с помощью методов математической статистики.</p>	08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог»

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2.1. Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения	Освоил основной порядок принятия правовых актов; содержание правовых отношений, а так же способен осуществлять правовую экспертизу правовых проектов правовых актов, приказов, инструкций, положений, стандартов, других актов правового характера.
УК-2.2. Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ	Способен разрабатывать правовые акты; согласовывать содержание и юридическую силу разрабатываемых нормативных правовых актов с действующими источниками права.
УК-2.3. Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах	Владеет навыками нормотворческой юридической техники, навыками использования типовых форм нормативных правовых актов; навыками толкования положений нормативных правовых актов, оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурса.
УК-11.1. Знает об основных направлениях государственной политики в области противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции; международно-правовые основы противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции; организационные основы противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции.	Знает основные направления государственной политики в области противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции при осуществлении маркетинговой деятельности.
УК-11.2. Умеет выявлять признаки экстремистской и террористической деятельности, коррупционного поведения; анализировать действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом, коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики экстремистской и террористической деятельности, коррупции.	Умеет выявлять признаки экстремистской и террористической деятельности, коррупционного поведения в процессе осуществления правового сопровождения маркетинговой деятельности.

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-11.3. Способен осуществлять социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры, соблюдать правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционного поведения.	Способен осуществлять правовое сопровождение маркетинговой деятельности на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры, соблюдать правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционного поведения.
ПК-1.1. Знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность.	Знает законодательные акты, регламентирующие производственно-хозяйственную и финансовую деятельность предприятия, а так же правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность.
ПК-1.2. Умеет применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации.	Умеет квалифицировать маркетинговую информацию, а так же применять методы сбора, средства хранения и обработки юридически значимой маркетинговой информации;
ПК-1.3. Способен осуществлять поиск первичной и вторичной маркетинговой информации, планировать и организовывать сбор, хранение, систематизацию и обобщение больших объемов информации, оценивать первичную и вторичную маркетинговую информацию; обрабатывать полученные данные с помощью методов математической статистики.	Владеет навыками поиска первичной и вторичной юридически значимой маркетинговой информации

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-1.1 УК-11.1 УК-2.1	ПК-1.2 УК-11.2 УК-2.2	ПК-1.3 УК-11.3 УК-2.3
1	Источники правового регулирования маркетинговых отношений.	УК-2 УК-11 ПК-1	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
2	Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций.	УК-2 ПК-1	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
3	Реклама как ведущее звено маркетинговых коммуникация.	ПК-1	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №2 (20)
4	Гражданско-правовые договоры в сфере маркетинговой деятельности	УК-2 УК-11 ПК-1	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №2 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа

Тема 1: Источники правового регулирования маркетинговых отношений.

38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) "Маркетинг"
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: Б1.В.01 Правовое регулирование маркетинговой деятельности
 Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная
 Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Понятия и сущность маркетинга. Задачи и функции и значения маркетинговой деятельности. Маркетинговые правоотношения. Практические занятия/самостоятельная работа: Источники правового регулирования маркетинговых отношений. Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 2: Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Общее положение о маркетинговых коммуникаций. Международные правила в области маркетинговых коммуникаций. Практические занятия/самостоятельная работа: Пиар как вид маркетинговых коммуникаций. Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Реклама как ведущее звено маркетинговых коммуникация. Нормативно-правовые требования к рекламе. Участники рекламной деятельности. Понятия виды ненадлежащей рекламы. Ответственность за ненадлежащую рекламу. Практические занятия/самостоятельная работа: Государственный контроль и саморегулирование в области рекламы. Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 4: Гражданско-правовые договоры в сфере маркетинговой деятельности Понятия и виды каналов товародвижения в маркетинге. Гражданско-правовые договоры: договор поручения, договор комиссии, агентирование, коммерческой концессии. Антикоррупционный комплаенс в процессе осуществления работы с договорной документацией в сфере маркетинговой деятельности. Практические занятия/самостоятельная работа: Договор-купли продажи как юридическая форма реализации товаров в маркетинге. Лабораторная работа: -</p>
<p>Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом</p>

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 3
Аудиторные занятия (АЗ):	54	54
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	36	36
Самостоятельная работа студента (СР)	57	57
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	57	57
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
Контактная работа (КоР)	60	60
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	27	27
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий					
			Лек	Пр	Лаб			
1	Источники правового регулирования маркетинговых отношений.	3	4	8	0	14	8	
2	Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций.	3	4	8	0	14	8	
3	Реклама как ведущее звено маркетинговых коммуникация.	3	6	10	0	14	10	
4	Гражданско-правовые договоры в сфере маркетинговой деятельности	3	4	10	0	15	10	
Итого:			18	36	0	57	36	

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

38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) "Маркетинг"
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: Б1.В.01 Правовое регулирование маркетинговой деятельности
 Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная
 Разработана для приема 2023/2024 учебного года
 будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 3
Аудиторные занятия (АЗ):	6	6
Лекционные занятия (Лек)	2	2
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
Самостоятельная работа студента (СР)	123	123
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	123	123
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
Контактная работа (КоР)	12	12
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	9	9
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий					
			Лек	Пр	Лаб			
1	Источники правового регулирования маркетинговых отношений.	3	2	0	0	30	8	
2	Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций.	3	0	0	0	30	8	
3	Реклама как ведущее звено маркетинговых коммуникация.	3	0	2	0	30	10	
4	Гражданско-правовые договоры в сфере маркетинговой деятельности	3	0	2	0	33	10	
Итого:			2	4	0	123	36	

* 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.

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 3
Аудиторные занятия (АЗ):	18	18
Лекционные занятия (Лек)	8	8
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	10	10
Самостоятельная работа студента (СР)	94	94
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	94	94
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	23	23
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	27	27
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий					
			Лек	Пр	Лаб			
1	Источники правового регулирования маркетинговых отношений.	3	2	2	0	22	8	

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
2	Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций.	3	2	4	0	22	8
3	Реклама как ведущее звено маркетинговых коммуникация.	3	2	2	0	28	10
4	Гражданско-правовые договоры в сфере маркетинговой деятельности	3	2	2	0	22	10
Итого:			8	10	0	94	36

* 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.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

2. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В 2 Ч. ЧАСТЬ 1 5-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Круглова Н. Ю., 2022 г. - 395 с. - ISBN 978-5-9916-7391-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/pravovoe-regulirovanie-kommercheskoy-deyatelnosti-v-2-ch-chast-1-490773>

3. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ 4-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для вузов / Данько Т. П. - Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва), 2023 г. - 521 с. - ISBN 978-5-534-01588-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/upravlenie-marketingom-510948>

3. МАРКЕТИНГ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. Учебное пособие для бакалавров / Карпова С. В., 2022 г. - 408 с. - ISBN 978-5-9916-2661-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketing-teoriya-i-praktika-509104>

Дополнительная литература:

2. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 4-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для вузов / Морозов Г. Б. - Уральский государственный педагогический университет (г. Екатеринбург), 2022 г. - 457 с. - ISBN 978-5-534-13130-7 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/pravovoe-regulirovanie-predprinimatelskoy-deyatelnosti-492842>

3. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Учебник для вузов / Под ред. Ручкиной Г.Ф. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2023 г. - 405 с. - ISBN 978-5-534-12381-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/pravovoe-regulirovanie-ekonomicheskoy-deyatelnosti-518820>

3. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПРАВО. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 4-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для вузов / Под ред. Ручкиной Г.Ф. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2022 г. - 553 с. - ISBN 978-5-534-14490-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/predprinimatelskoe-pravo-pravovoe-regulirovanie-otdelnyh-vidov-predprinimatelskoy-deyatelnosti-497041>

6. 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
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

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

1. 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 : 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.neicon.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. Конституционный Суд РФ [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.ksrf.ru>. - Текст: электронный
9. Наука права [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://naukarava.ru>. - Текст: электронный
10. Официальный Интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://pravo.gov.ru>. - Текст: электронный
11. Гарант: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://www.garant.ru/>. - Текст: электронный
12. Государственная автоматизированная система РФ «Правосудие»: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://sudrf.ru>. - Текст: электронный
13. Министерство юстиции Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://minjust.gov.ru/>. - Текст: электронный

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением
2. 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 порталу Университета umeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствами), 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 порталу Университета umeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном портале Университета umeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

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

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

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

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

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

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля Собеседование, опрос/Контрольная работа №1

1. Понятия и сущность маркетинга.
2. Задачи и функции и значения маркетинговой деятельности.
3. Маркетинговые правоотношения.
4. Источники правового регулирования маркетинговых отношений.
5. Комплекс маркетинговых коммуникаций.
6. Общее положение о маркетинговых коммуникаций.
7. Международные правила в области маркетинговых коммуникаций.
8. Пиар как вид маркетинговых коммуникаций.

Собеседование, опрос/Контрольная работа №2

1. Нормативные правовые требования к рекламе.
2. Участники рекламной деятельности.
3. Понятия виды ненадлежащей рекламы.
4. Ответственность за ненадлежащую рекламу.
5. Понятия и виды каналов товародвижения в маркетинге.
6. Гражданско-правовые договоры: договор поручения, договор комиссии, агентирование, коммерческой концессии.
7. Договор-купли продажи как юридическая форма реализации товаров в маркетинге.

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1

1. Источники правового регулирования маркетинговых отношений.
2. Понятия и сущность маркетинга.
3. Задачи и функции и значения маркетинговой деятельности.
4. Маркетинговые правоотношения.
5. Комплекс маркетинговых коммуникаций.
6. Общее положение о маркетинговых коммуникаций.
7. Международные правила в области маркетинговых коммуникаций.

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2

1. Нормативные правовые требования к рекламе.
2. Участники рекламной деятельности.
3. Понятия виды ненадлежащей рекламы.
4. Ответственность за ненадлежащую рекламу.
5. Понятия и виды каналов товародвижения в маркетинге.
6. Гражданско-правовые договоры: договор поручения, договор комиссии, агентирование, коммерческой концессии.
7. Договор-купли продажи как юридическая форма реализации товаров в маркетинге.

Задания творческого уровня №1

1. Разработать тест на тему "Понятие правового регулирования маркетинговой деятельности. Источники правового регулирования маркетинговых отношений" (25-30 тестовых вопросов)
2. Разработать тест на тему "Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций" (25-30 тестовых вопросов)

Задания творческого уровня №2

1. Составить кроссворд на тему "Реклама как ведущее звено маркетинговых коммуникация" (15-20 вопросов)
2. Составить кроссворд на тему "Гражданско-правовые договоры, опосредующие сбытовые маркетинговые системы" (15-20 вопросов)

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен

Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос № 1)

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.

Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос № 2)

1. Нормативная правовая основа предпринимательства.
2. Законность и правопорядок в предпринимательской деятельности.
3. Ответственность субъектов за несоблюдение норм добросовестной коммерческой практики.
4. Правовые отношения субъектов с органами государственной власти и управления.
5. Защита прав потребителей. Федеральный закон «О защите прав потребителей».
6. Собственность. Виды собственности. Правовая охрана собственности.
7. Договор поручения в сфере товародвижения.
8. Договор комиссии: понятие, содержание, ответственность.
9. Договоры о совместной деятельности.
10. Договор коммерческой концессии,
11. Договор лизинга.
12. Правовая регламентация свободных рыночных цен.
13. Юридическая ответственность за нарушение законодательства, регулирующего ценообразование.
14. Конкурентная среда. Субъекты конкурентного законодательства.
15. Федеральные законы, регулирующие монополистическую деятельность.
16. Государственное регулирование и контроль в сфере естественных монополий.
17. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о естественных монополиях.
18. Конкуренция и монополия как объективные свойства рыночной экономики: необходимость государственно – правового воздействия на них.
19. Нормативно – правовая основа конкуренции и ограничения монополистической деятельности. Правовая характеристика недобросовестной конкуренции и монополистической деятельности.
20. Роль государства в обеспечении правовых гарантий конкуренции.
21. Расчетные правоотношения.
22. Безналичные расчеты. Виды безналичных расчетов.
23. Банковский счет. Содержание договора банковского счета, ответственность по договору.
24. Правила осуществления безналичных расчетов

Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 3)

1. Гражданин Макаров получил в обществе с ограниченной ответственностью «Всеобщий прокат» в возмездное владение и пользование сроком на шесть месяцев видеомэгагнитофон. По истечении месяца с начала использования видеомэгагнитофон сломался. Вызванный на дом представитель «Всеобщего проката» предложил забрать видеомэгагнитофон для ремонта, а пока идет ремонт - не вимать 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 видеомэгагнитофоном 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 видеомagneтофоном, 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. 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 арт-галереи. 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 покрывает 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?

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»), сформированные дисциплиной)	УК-2 УК-11 ПК-1	Освоил основной порядок принятия правовых актов; содержание правовых отношений, а так же способен осуществлять правовую экспертизу правовых проектов правовых актов, приказов, инструкций, положений, стандартов, других актов правового характера. Знает основные направления государственной политики в области противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции при осуществлении маркетинговой деятельности. Знает законодательные акты, регламентирующие производственно-хозяйственную и финансовую деятельность предприятия, а так же правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность.	25
Вопрос №2 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»), сформированные дисциплиной)	УК-2 УК-11 ПК-1	Освоил основной порядок принятия правовых актов; содержание правовых отношений, а так же способен осуществлять правовую экспертизу правовых проектов правовых актов, приказов, инструкций, положений, стандартов, других актов правового характера. Знает основные направления государственной политики в области противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции при осуществлении маркетинговой деятельности. Знает законодательные акты, регламентирующие производственно-хозяйственную и финансовую деятельность предприятия, а так же правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность.	25

38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) "Маркетинг"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.01 Правовое регулирование маркетинговой деятельности

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №3 Практическое задание (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), сформированные дисциплиной)	УК-2 УК-11 ПК-1	Способен разрабатывать правовые акты; согласовывать содержание и юридическую силу разрабатываемых нормативных правовых актов с действующими источниками права. Владеет навыками нормотворческой юридической техники, навыками использования типовых форм нормативных правовых актов; навыками толкования положений нормативных правовых актов, оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурса. Умеет выявлять признаки экстремистской и террористической деятельности, коррупционного поведения в процессе осуществления правового сопровождения маркетинговой деятельности. Способен осуществлять правовое сопровождение маркетинговой деятельности на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры, соблюдать правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционного поведения. Умеет квалифицировать маркетинговую информацию, а также применять методы сбора, средства хранения и обработки юридически значимой маркетинговой информации; Владеет навыками поиска первичной и вторичной юридически значимой маркетинговой информации	50