

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Социологический факультет

УТВЕРЖДАЮ
Декан социологического факультета МГУ
_____/Н.Г. Осипова/
« ____ » _____ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Правовое регулирование маркетинговой деятельности»
«Legal regulation of marketing activities»

Уровень высшего образования:
Бакалавриат

Направление подготовки:
38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ
Профиль:
Маркетинг

Форма обучения:
Очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
На заседании Учёного Совета факультета
(протокол №__ от _____ 2019 г.)

Москва 2019

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с ФГОС для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки / специальности 38.03.02 «Менеджмент» (программы бакалавриат) в редакции приказа Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016 г. N 7 с изменениями и дополнениями от: 20 апреля 2016 г., 13 июля 2017 г.

Годы приёма на обучение: 2014, 2015, 2016, 2017, 2018.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: относится к профессиональному циклу вариативной части, 5 семестр.

2. Входные требования для освоения дисциплины: освоение дисциплин: «Правоведение», «Маркетинг».

3. Результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с требуемыми компетенциями выпускников:

Компетенции выпускников (коды)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с компетенциями
<p>владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1)</p>	<p>ЗНАТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Код 31 (ОПК-1) понятие и сущность нормативно-правовых актов, организацию и особенности нормативно-правовой системы и особенности применения правовых норм в системе менеджмента – Код 32 (ОПК-1) нормативно-правовую, организационную и методическую документацию в сфере управления персоналом, процессами, организационными структурами и бизнес-единицами <p>УМЕТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Код У1 (ОПК-1) использовать современные информационные базы данных и технические средства для поиска и анализа нормативно-правовой документации – Код У2 (ОПК-1) ориентироваться в системе законодательных и нормативно-правовых актов РФ, регламентирующих сферу общественной, профессиональной и предпринимательской деятельности
<p>владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7)</p>	<p>ЗНАТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Код 31 (ПК-7) основы разработки бизнес-планов – Код 32 (ПК-7) правовые основы регулирования маркетинговой деятельности – Код 33 (ПК-7) основы ценообразования и виды ценовых стратегий для разработки бизнес-планов <p>УМЕТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Код У1 (ПК-7) осуществлять поэтапный контроль бизнес-планов (отдельных этапов)

4. Формат обучения: очная.

5. Объём дисциплины составляет 2 з.е., в том числе 18 академических часа, отведённых на контактную работу обучающихся с преподавателем, 54 академических часа на самостоятельную работу обучающихся.

6. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведённого на них количества академических часов и виды учебных занятий:

Наименование и краткое содержание разделов и дисциплины, Форма промежуточной аттестации по дисциплине	Всего (часы)	В том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Всего	
Тема 1. Маркетинговая деятельность как объект правового регулирования.	8	2		2	6
Тема 2. Субъекты маркетинговой деятельности.	16	4		4	12
Тема 3. Сделки, договоры, обязательства в сфере маркетинговой деятельности.	8	2		2	6
Тема 4. Правовое обеспечение и регулирование маркетинговых исследований, маркетинговых коммуникаций, защита информации и интеллектуальной собственности.	16	4		4	12
Тема 5. Правовые основы регулирования товарной политики в маркетинге.	8	2		2	6
Тема 6. Правовое регулирование конкуренции.	8	2		2	6
Тема 7. Защиты прав потребителей в сфере	8	2		2	6

маркетинговой деятельности.				
Промежуточная аттестация (зачёт)				
Итого	72		18	54

Содержание учебной дисциплины.

Тема 1. Маркетинговая деятельность как объект правового регулирования.

Понятие «маркетинг». Маркетинговая деятельность. Правовые отношения в сфере регулирования маркетинговой деятельности: понятие, признаки, структура, содержание, принципы правового регулирования, виды. Объекты и субъекты маркетинговых правоотношений.

Источники правового регулирования маркетинговой деятельности: понятие и виды. Система нормативно-правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность: законы и подзаконные акты, ведомственные и локальные правовые акты. Обычаи делового оборота, нормы международного права, международные договоры Российской Федерации.

Тема 2. Правовой статус субъектов маркетинговой деятельности.

Субъекты маркетинговой деятельности: их природа, классификация, особенности правового статуса. Юридические лица: понятие, признаки, организационно-правовые формы. Правовое положение и организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций. Структурные подразделения в коммерческих организациях. Индивидуальные предприниматели как субъекты маркетинговой деятельности. Правовая природа и особенности функционирования индивидуального предпринимательства.

Гражданский кодекс РФ. Федеральный закон «Об общественных объединениях» от 19.05.1995 № 82-ФЗ. Федеральный закон «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 № 7-ФЗ. Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 № 129-ФЗ. Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ «Об акционерных обществах». Федеральный закон от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью». Федеральный закон «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях» от 14.11.2002 № 161-ФЗ. Федеральный закон «О производственных кооперативах» от 08.05.1996 № 41-ФЗ. Федеральный закон «Об инвестиционных фондах» от 29.11.2001 № 156-ФЗ. Федеральный закон «О крестьянском (фермерском) хозяйстве» от 11.06.2003 № 74-ФЗ. Федеральный закон «О хозяйственных партнерствах» от 03.12.2011 № 380-ФЗ. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ.

Тема 3. Сделки, договоры, обязательства в сфере маркетинговой деятельности.

Понятие и виды сделок, договоров, внедоговорных обязательств в сфере регулирования маркетинговой деятельности. Система договоров, в сфере регулирования маркетинговых отношений. Требования к оформлению договоров. Договор на выполнение научно-исследовательских работ. Договор маркетингового подряда. Договор консультационных услуг. Договор поручения. Договор комиссии. Гражданский кодекс РФ.

Тема 4. Правовое обеспечение и регулирование маркетинговых исследований, маркетинговых коммуникаций, защита информации и интеллектуальной собственности.

Маркетинговые исследования: их правовое обеспечение и вопросы защиты информации. Регулирование маркетинговых исследований. Правовое регулирование в сфере связей с общественностью. Правовые формы информационного обеспечения

маркетинговой деятельности. Правовые основы регулирования рекламной деятельности. Ответственность за ненадлежащую рекламу. Интеллектуальная собственность. Авторское и патентное право. Государственная тайна. Понятие коммерческой тайны. Правовая защита коммерческой тайны. Последствия разглашения коммерческой тайны.

Гражданский кодекс РФ. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации». Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 04.05.2011 № 99-ФЗ. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ. Федеральный закон «О коммерческой тайне» от 29.07.2004 № 98-ФЗ.

Тема 5. Правовые основы регулирования товарной политики в маркетинге.

Особенности правовой природы товара в системе маркетинга. Правовая защита и охрана товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара, коммерческого обозначения. Правовое обеспечение конкурентоспособности товара. Правовые требования к качеству товара, работ, услуг, сертификации продукции, сроках поставки товаров, выполнении работ, оказания услуг. Юридическая ответственность за нарушение законодательства.

Правовые основы регулирования процесса ценообразования и товародвижения. Система государственного регулирования цен. Понятия государственного заказа, государственных закупок. Ценообразование при государственных закупках. Правовые основы регулирования оптовой и розничной торговли. Институт посредничества. Договор купли-продажи. Договор лизинга. Договор поручения в сфере товародвижения. Договор коммерческой концессии.

Гражданский кодекс РФ. Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ. Федеральный закон «О финансовой аренде (лизинге)» от 29.10.1998 № 164-ФЗ. Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» от 26.12.2008 № 294-ФЗ.

Тема 6. Правовое регулирование конкуренции.

Понятие «конкуренции». Правовые основы конкуренции. Российское конкурентное законодательство. Доминирование хозяйствующего субъекта на товарном рынке. Монополистическая деятельность и недобросовестная конкуренция в свете российского законодательства. Методы регулирования деятельности естественных монополий и антимонопольного регулирования.

Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ. Федеральный закон «О естественных монополиях» от 17.08.1995 № 147-ФЗ. Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» от 26.12.2008 № 294-ФЗ.

Тема 7. Защиты прав потребителей в сфере маркетинговой деятельности.

Правовое обеспечение защиты прав потребителей в Российской Федерации: общие положения и принципы регулирования. Способы и меры по защите прав потребителей при продаже товаров, а также при выполнении работ и оказании услуг. Ответственность за нарушение прав потребителей. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине.

7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости.

Контрольные вопросы:

1. Маркетинг как объект правового регулирования.
2. Принципы правового регулирования маркетинговой деятельности.
3. Источники маркетингового законодательства.
4. Маркетинговые правоотношения: понятие, классификация, признаки.
5. Субъекты и объекты маркетинговых правоотношений.
6. Понятие и состав источников правового регулирования маркетинговой деятельности.
7. Классификация субъектов маркетинговой деятельности.
8. Юридические лица и индивидуальные предприниматели как субъекты маркетинговой деятельности: понятие и признаки.
9. Правовая природа юридического лица, коммерческих и некоммерческих организаций.
10. Правовая природа индивидуального предпринимательства.
11. Правовая защита коммерческой тайны как разновидности маркетинговой информации.
12. Законодательство о рекламной деятельности.
13. Ответственность за ненадлежащую рекламу.
14. Правовое регулирование товарной политики в маркетинге.
15. Понятие и правовая охрана товарного знака, знака обслуживания и наименования места происхождения товара, коммерческого обозначения.
16. Понятие и правовое регулирование сертификации продукции.
17. Содержание договора поручения в сфере товародвижения.
18. Содержание договора на выполнение научно-исследовательских работ.
19. Содержание договора коммерческой концессии.
20. Содержание договора маркетингового подряда.
21. Содержание договора консультационных услуг.
22. Содержание договора поручения.
23. Содержание договора комиссии.
24. Правовое регулирование конкуренции.
25. Методы антимонопольного регулирования.
26. Правовое обеспечение сертификации продукции.
27. Юридическая ответственность за нарушение законодательства в сфере маркетинговой деятельности.
28. Правовое регулирование законодательства о государственных закупках и их роль в товародвижении.
29. Правовые основы защиты прав потребителей.

Темы докладов, эссе:

1. Маркетинг как объект правового регулирования.
2. Маркетинговые правоотношения: понятие, классификация, признаки.
3. Субъекты и объекты маркетинговых правоотношений.
4. Юридическое лицо: признаки, правосубъектность, индивидуализация.
5. Формы реорганизации юридических лиц.
6. Правовая природа коммерческих и некоммерческих организаций.
7. Организационно-правовые формы юридических лиц.
8. Признаки публичного акционерного общества (ПАО) и непубличного АО (НАО).
9. Признаки индивидуального предпринимательства (ИП).
10. Правовая защита коммерческой тайны как разновидности маркетинговой информации.
11. Правовые формы информационного обеспечения маркетинговой деятельности.
12. Законодательство о рекламной деятельности.
13. Понятие и правовое регулирование сертификации продукции.
14. Сделки, их виды.
15. Понятия «сделка», «договор», «юридический факт», «обязательство».
16. Договор на выполнение научно-исследовательских работ.
17. Договор коммерческой концессии.
18. Договор маркетингового подряда.
19. Договор консультационных услуг.
20. Договор поручения.
21. Договор комиссии.
22. Правовое регулирование конкуренции.
23. Методы антимонопольного регулирования.
24. Правовое регулирование защиты прав потребителей.
25. Ответственность за нарушения законодательства в области маркетинговой деятельности.

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Вопросы для подготовки к зачёту:

1. Маркетинг как объект правового регулирования.
2. Источники маркетингового законодательства.
3. Предпосылки становления маркетингового права в Российской Федерации. Понятие и содержание маркетингового права.

4. Маркетинговые правоотношения: понятие, классификация, признаки.
5. Субъекты маркетинговой деятельности. Индивидуальный предприниматель. Юридические лица.
6. Коммерческие организации.
7. Некоммерческие организации.
8. Правовая природа индивидуального предпринимательства.
9. Правовое регулирование маркетинговых исследований.
10. Правовое обеспечение сертификации продукции.
11. Авторское право.
12. Коммерческая тайна и её охрана.
13. Правовое регулирование рекламной деятельности.
14. Правовое регулирование конкуренции. Методы антимонопольного регулирования.
15. Ответственность за нарушение прав потребителей.
16. Закон о защите прав потребителя.
17. Договор на выполнение научно-исследовательских работ.
18. Договор коммерческой концессии.
19. Договор маркетингового подряда.
20. Договор консультационных услуг.
21. Договор поручения.
22. Договор комиссии.

Критерии оценки ответов на зачёте:

Зачтено	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем русском языке. Студент хорошо владеет необходимыми источниками и литературой, хорошо ориентируется в них, использует при ответе отдельную специализированную лексику, даёт хорошие ответы на вопросы, а также на дополнительные вопросы.
Не зачтено	В ответе полностью отсутствует явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент не владеет в полной мере даже основными источниками и литературой, не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, даёт неудовлетворительные ответы на дополнительные и основные вопросы.

Шкала и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине.

Планируемые результаты обучения	Критерии и показатели оценивания результата обучения				Оценочные средства
	2	3	4	5	
<p>ЗНАТЬ: понятие и сущность нормативно-правовых актов, организацию и особенности нормативно-правовой системы и особенности применения правовых норм в системе менеджмента Код 31 (ОПК-1)</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу, подготовка сообщений по контрольным вопросам, доклады, подготовка и написание эссе (темы 1-2)
<p>ЗНАТЬ: нормативно-правовую, организационную и методическую документацию в сфере управления персоналом, процессами, организационными структурами и бизнес-единицами Код 32 (ОПК-1)</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу, подготовка сообщений по контрольным вопросам, доклады, подготовка и написание эссе (темы 3-7)

<p>УМЕТЬ: использовать современные информационные базы данных и технические средства для поиска и анализа нормативно-правовой документации Код У1 (ОПК-1)</p>	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности не принципиального характера)	Отсутствие умений	Устный опрос по контрольным вопросам, подготовка докладов и дискуссии по докладам (темы 1-7)
<p>УМЕТЬ: ориентироваться в системе законодательных и нормативно-правовых актов РФ, регламентирующих сферу общественной, профессиональной и предпринимательской деятельности Код У2 (ОПК-1)</p>	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности не принципиального характера)	Отсутствие умений	Устный опрос по контрольным вопросам, подготовка докладов и дискуссии по докладам (темы 2-7)
<p>ЗНАТЬ: Основы разработки бизнес-планов Код З1 (ПК-7)</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу, подготовка сообщений по контрольным вопросам, доклады, подготовка и написание эссе (темы 3-4)
<p>ЗНАТЬ:</p>	Отсутствие	Фрагментарн	Общие, но не	Сформированные	Устный и

<p>Правовые основы регулирования маркетинговой деятельности Код 32 (ПК-7)</p>	знаний	ые знания	структурированн ые знания	систематические знания	письменный опрос по лекционному материалу, подготовка сообщений по контрольным вопросам, доклады, подготовка и написание эссе (темы 1-2)
<p>ЗНАТЬ: основы ценообразования и виды ценовых стратегий для разработки бизнес-планов Код 33 (ПК-7)</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарн ые знания	Общие, но не структурированн ые знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу, подготовка сообщений по контрольным вопросам, доклады, подготовка и написание эссе (темы 3, 5-6)
<p>УМЕТЬ: осуществлять поэтапный контроль бизнес-планов (отдельных этапов) Код У1 (ПК-7)</p>	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности не принципиального характера)	Отсутствие умений	Устный опрос по контрольным вопросам, подготовка докладов и дискуссии по докладам (темы 2-7)

8. Ресурсное обеспечение:

8.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

а) основная литература:

1. Алексеев С.В. Маркетинговое право. Маркетинговое право: Краткий учеб. курс. М.: НОРМА, ИНФРА-М, 2002.
2. Конституция РФ (1993). Режим доступа: <https://www.garant.ru/>.
3. Предпринимательское право Российской Федерации: учебник / отв. ред. Е.П. Губин, П.Г. Лахно. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Норма: ИНФРА-М, 2018. — 992 с.
4. Сборник кодексов РФ (посл. ред.). Режим доступа: <https://www.garant.ru/>.
5. Сборник законов РФ (посл. ред.). Режим доступа: <https://www.garant.ru/>.

б) дополнительная литература:

1. Барков С.А., Денильханов А.Х. Формы организации бизнеса. Монография. — М.: ИПО «У Никитских ворот», 2018. — 576 с.
2. Суханов Е.А. Гражданское право. В 4-х томах / Под ред. Суханова Е.А. — М.: Волтерс Клувер, М., 2010. — Том 1 — 720 с., Том 2 — 496 с., Том 3 — 766 с., Том 4 — 720 с.

Перечень информационных технологий:

Интернет-ресурсы:

№	Web-адрес
1. Информационно-правовой портал «Гарант»	https://www.garant.ru/
2. Правовая система «Консультант плюс»	http://www.consultant.ru/
3. Российская государственная библиотека	http://www.rsl.ru/
4. Справочно-правовая система	http://www.kodeks.ru
5. Президент России	http://www.kremlin.ru
6. Федеральная служба государственной статистики РФ	http://www.gks.ru
7. Государственная Дума	http://www.duma.gov.ru
8. Электронная библиотека МГУ имени М.В.Ломоносова	http://www.nbmgu.ru/publicdb/
9. Российская газета	http://www.rg.ru

8.2. Описание материально-технического обеспечения:

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория с трансформируемым пространством, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций. Обязательное программное обеспечение – MS Office.

9. Язык преподавания.

Русский.

10. Преподаватель.

Елишев Сергей Олегович, доцент, д.социол.н.

11. Автор программы.

Елишев Сергей Олегович, доцент, д.социол.н.