

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.В.07 «Правовое обеспечение маркетинговой деятельностью»

Объем трудоемкости: 2 зачетных единиц

Цель дисциплины: Целью изучения дисциплины «Правовое обеспечение маркетинговой деятельностью» является получение обучающимися теоретических знаний правового регулирования отношений, возникающих в маркетинговой деятельности, а также приобретение необходимых практических навыков в данной сфере.

Задачи дисциплины:

- освоение знаний о субъектах маркетинговой деятельности;
- изучение правовых отношений между субъектами – активными участниками маркетинговых правоотношений;
- освоение нормативных акты, применяемые в сфере правового регулирования маркетинговой деятельности, права и обязанности субъектов маркетинговой деятельности, последствия нарушения действующего законодательства;
- изучение правового обеспечения маркетинговых исследований и коммуникаций;
- изучение правового регулирования конкуренции и защиты прав потребителя.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Правовое обеспечение маркетинговой деятельностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 Дисциплины учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Полученные при изучении дисциплины знания могут быть использованы при написании отчета по научно-исследовательской работе, выпускной квалификационной работы и в последующей практической деятельности.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	
ИПК-2.1 Применяет инструменты управления инновационными товарами и нематериальными активами	<p>Знать: -основы права, законодательство РФ, нормативные правовые акты, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие маркетинговую деятельность</p> <p>- знать особенности правового регулирования деятельности в маркетинге</p> <p>Уметь: - обоснованно применять правовые нормы для решения поставленных задач</p> <p>- понимать взаимосвязь права с маркетинговой деятельностью, ее процессами, происходящими на макро и микроуровнях</p> <p>Владеть: -культурой правового мышления в маркетинговой деятельности</p> <p>-основными способами гражданско-правовой защиты</p>
ИПК-2.2 Разрабатывает и совершенствует политику ценообразования с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>Знать: -основы права, законодательство РФ, нормативные правовые акты, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие маркетинговую деятельность</p> <p>- знать особенности правового регулирования деятельности в маркетинге</p> <p>Уметь: - обоснованно применять правовые нормы для решения поставленных задач</p> <p>- понимать взаимосвязь права с маркетинговой деятельностью, ее процессами, происходящими на макро и микроуровнях</p> <p>Владеть: -культурой правового мышления в маркетинговой деятельности</p> <p>-основными способами гражданско-правовой защиты</p>
ПК-2.3 Разрабатывает и совершенствует систему распределения и сбытовую политику	<p>Знать: -основы права, законодательство РФ, нормативные правовые акты, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие маркетинговую деятельность</p> <p>- знать особенности правового регулирования деятельности в маркетинге</p>

	<p>Уметь: - обоснованно применять правовые нормы для решения поставленных задач</p> <p>- понимать взаимосвязь права с маркетинговой деятельностью, ее процессами, происходящими на макро и микроуровнях</p>
	<p>Владеть: -культурой правового мышления в маркетинговой деятельности</p> <p>-основными способами гражданско-правовой защиты</p>
<p>ИПК-2.4 Формирует и совершенствует систему маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Знать: -основы права, законодательство РФ, нормативные правовые акты, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие маркетинговую деятельность</p> <p>- знать особенности правового регулирования деятельности в маркетинге</p>
	<p>Уметь: - обоснованно применять правовые нормы для решения поставленных задач</p> <p>- понимать взаимосвязь права с маркетинговой деятельностью, ее процессами, происходящими на макро и микроуровнях</p>
	<p>Владеть: -культурой правового мышления в маркетинговой деятельности</p> <p>-основными способами гражданско-правовой защиты</p>
<p>ПК-3 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-проектов</p>	
<p>ИПК-3.1 Использует формы и методы проведения деловых переговоров в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Знать: -основы права, законодательство РФ, нормативные правовые акты, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие маркетинговую деятельность</p> <p>- знать особенности правового регулирования деятельности в маркетинге</p>
	<p>Уметь: - обоснованно применять правовые нормы для решения поставленных задач</p> <p>- понимать взаимосвязь права с маркетинговой деятельностью, ее процессами, происходящими на макро и микроуровнях</p>
	<p>Владеть: -культурой правового мышления в маркетинговой деятельности</p> <p>-основными способами гражданско-правовой защиты</p>
<p>ПК-4 Способен осуществлять управление персоналом</p>	

<p>ИПК-4.1 Разрабатывает систему мотивации специалистов по интернет- маркетингу</p>	<p>Знать: -основы права, законодательство РФ, нормативные правовые акты, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие маркетинговую деятельность</p> <p>- знать особенности правового регулирования деятельности в маркетинге</p> <hr/> <p>Уметь: - обоснованно применять правовые нормы для решения поставленных задач</p> <p>- понимать взаимосвязь права с маркетинговой деятельностью, ее процессами, происходящими на макро и микроуровнях</p> <hr/> <p>Владеть: -культурой правового мышления в маркетинговой деятельности</p> <p>-основными способами гражданско-правовой защиты</p>
<p>ИПК-4.2 Демонстрирует способность формировать требования к составу и квалификации специалистов по интернет- маркетингу</p>	<p>Знать: -основы права, законодательство РФ, нормативные правовые акты, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие маркетинговую деятельность</p> <p>- знать особенности правового регулирования деятельности в маркетинге</p> <hr/> <p>Уметь: - обоснованно применять правовые нормы для решения поставленных задач</p> <p>- понимать взаимосвязь права с маркетинговой деятельностью, ее процессами, происходящими на макро и микроуровнях</p> <hr/> <p>Владеть: -культурой правового мышления в маркетинговой деятельности</p> <p>-основными способами гражданско-правовой защиты</p>
<p>ИПК-4.3 Демонстрирует способность использовать методы и инструменты управления специалистами по интернет- маркетингу и контроля их работы</p>	<p>Знать: -основы права, законодательство РФ, нормативные правовые акты, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие маркетинговую деятельность</p> <p>- знать особенности правового регулирования деятельности в маркетинге</p> <hr/> <p>Уметь: - обоснованно применять правовые нормы для решения поставленных задач</p> <p>- понимать взаимосвязь права с маркетинговой деятельностью, ее процессами, происходящими на макро и микроуровнях</p>

	Владеть: -культурой правового мышления в маркетинговой деятельности -основными способами гражданско-правовой защиты
--	--

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 2 семестре (1 курсе) (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Общие положения о правовом обеспечении маркетинговой деятельности	16	2	4		10
2.	Правовое регулирование объектов маркетинговой деятельности, этические нормы и принципы	15	1	4		10
3.	Правовая защита интеллектуальной собственности в сфере маркетинга	14	1	4		9
4.	Правовое обеспечение маркетинговых исследований и маркетинговой информации.	13	1	3		9
5.	Правовое регулирование защиты прав потребителей. Ответственность в области маркетинговой деятельности.	13,8	1	3		9,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<i>71,8</i>	<i>6</i>	<i>18</i>		<i>47,8</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				0,2
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72	6	18		48

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор Саввиди С.М., доцент кафедры МЭиМ, кандидат экономических наук