

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет - экономический



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Т.А. Хагуров

«30» мая 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.07 Правовое обеспечение маркетинговой деятельности

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 38.04.02. Менеджмент
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация «Управление маркетингом в цифровой экономике»
(наименование направленности (профиля) / специализации)

Форма обучения очная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация магистр

Краснодар 2025

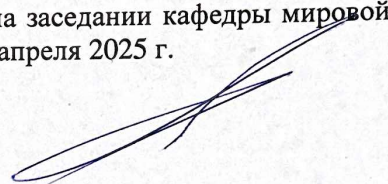
Рабочая программа дисциплины Правовое обеспечение маркетинговой деятельностью составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Программу составила:

С.М. Саввиди, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента, кандидат экономических наук



Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры мировой экономики и менеджмента протокол № 8 «15» апреля 2025 г.
Заведующий кафедрой Шевченко И.В.



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 10 «20» мая 2025 г.

Председатель УМК факультета Дробышевская Л.Н.



Рецензенты:

Алексанян А.В. Генеральный директор ООО «Трансимпорт»,
канд. экон. наук

Гурская М.М., д-р экон. наук, профессор каф. бухгалтерского учета,
аудита и АОД

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

Цель освоения 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 актов, применяемых 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.

1.3 Место дисциплины (модуля) 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.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

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	Знать: -основы права, законодательство РФ, нормативные правовые акты, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие маркетинговую деятельность - знать особенности правового регулирования деятельности в маркетинге
	Уметь: - обоснованно применять правовые нормы для решения поставленных задач - понимать взаимосвязь права с маркетинговой деятельностью, ее процессами, происходящими на макро и микроуровнях
	Владеть: -культурой правового мышления в маркетинговой деятельности -основными способами гражданско-правовой защиты
ИПК-2.2 Разрабатывает и совершенствует политику ценообразования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать: -основы права, законодательство РФ, нормативные правовые акты, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие маркетинговую деятельность - знать особенности правового регулирования деятельности в маркетинге
	Уметь: - обоснованно применять правовые нормы для решения поставленных задач - понимать взаимосвязь права с маркетинговой деятельностью, ее процессами, происходящими на макро и микроуровнях
	Владеть: -культурой правового мышления в маркетинговой деятельности -основными способами гражданско-правовой защиты
ПК-2.3 Разрабатывает и совершенствует систему распределения и сбытовую политику	Знать: -основы права, законодательство РФ, нормативные правовые акты, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие маркетинговую деятельность - знать особенности правового регулирования деятельности в маркетинге
	Уметь: - обоснованно применять правовые нормы для решения поставленных задач - понимать взаимосвязь права с маркетинговой деятельностью, ее процессами, происходящими на макро и микроуровнях
	Владеть: -культурой правового мышления в маркетинговой деятельности -основными способами гражданско-правовой защиты

ИПК-2.4 Формирует и совершенствует систему маркетинговых коммуникаций	Знать: -основы права, законодательство РФ, нормативные правовые акты, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие маркетинговую деятельность - знать особенности правового регулирования деятельности в маркетинге
	Уметь: - обоснованно применять правовые нормы для решения поставленных задач - понимать взаимосвязь права с маркетинговой деятельностью, ее процессами, происходящими на макро и микроуровнях
	Владеть: -культурой правового мышления в маркетинговой деятельности -основными способами гражданско-правовой защиты
ПК-3 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-проектов	
ИПК-3.1 Использует формы и методы проведения деловых переговоров в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знать: -основы права, законодательство РФ, нормативные правовые акты, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие маркетинговую деятельность - знать особенности правового регулирования деятельности в маркетинге
	Уметь: - обоснованно применять правовые нормы для решения поставленных задач - понимать взаимосвязь права с маркетинговой деятельностью, ее процессами, происходящими на макро и микроуровнях
	Владеть: -культурой правового мышления в маркетинговой деятельности -основными способами гражданско-правовой защиты
ПК-4 Способен осуществлять управление персоналом	
ИПК-4.1 Разрабатывает систему мотивации специалистов по интернет- маркетингу	Знать: -основы права, законодательство РФ, нормативные правовые акты, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие маркетинговую деятельность - знать особенности правового регулирования деятельности в маркетинге
	Уметь: - обоснованно применять правовые нормы для решения поставленных задач - понимать взаимосвязь права с маркетинговой деятельностью, ее процессами, происходящими на макро и микроуровнях
	Владеть: -культурой правового мышления в маркетинговой деятельности -основными способами гражданско-правовой защиты

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

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ		Всего часов	Форма обучения			
			очная		очно-заочная	заочная
			2 семестр (часы)	X семестр (часы)	семестр (часы)	X курс (часы)
Контактная работа, в том числе:		24,2	24,2			
Аудиторные занятия (всего):		24	24			
занятия лекционного типа		6	6			
лабораторные занятия						
практические занятия		18	18			
семинарские занятия						
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:		47,8	47,8			
Проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовка к семинарским занятиям, проект, дискуссии		23,9	23,9			
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, докладов-презентаций, проект).		23,9	23,9			
Общая трудоёмкость	час.	72	72			
	в том числе контактная работа	24,2	24,2			
	зач. ед	2	2			

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 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
	ИТОГО по разделам дисциплины	71,8	6	18		47,8
	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

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Общие положения о правовом обеспечении маркетинговой деятельности	Маркетинг как объект правового регулирования. Источники правового регулирования маркетинга Субъекты маркетинговой деятельности. Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность. Учреждение, реорганизация и ликвидация субъектов маркетинговой деятельности.	Контрольные вопросы
2.	Правовое регулирование объектов маркетинговой деятельности, этические нормы и принципы	Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций. Договоры в сфере маркетинговой деятельности. Правовое регулирование товарной политики в маркетинге. Правовое обеспечение каналов товародвижения. Правовое регулирование ценообразования как функции маркетинга.	Контрольные вопросы
3.	Правовая защита интеллектуальной собственности в сфере маркетинга	Правовой режим объектов интеллектуальной собственности. Авторское право. Промышленная собственность.	Контрольные вопросы

4.	Правовое обеспечение маркетинговых исследований и маркетинговой информации.	Правовые формы информационного обеспечения маркетинговой деятельности. Правовое обеспечение маркетинговых исследований. Договоры на проведение маркетинговых исследований и оказание информационных услуг. Маркетинговая информация как объект авторского и патентного права.	Контрольные вопросы
5.	Правовое регулирование защиты прав потребителей. Ответственность в области маркетинговой деятельности.	Правовое регулирование защиты прав потребителей в области маркетинга. Ответственность за нарушения законодательства в области маркетинговой деятельности.	Контрольные вопросы

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий/работ	Форма текущего контроля
1.	Общие положения о правовом обеспечении маркетинговой деятельности	Маркетинг как объект правового регулирования. Предпосылки становления и тенденции развития правового регулирования маркетинга. Принципы правового регулирования маркетинговой деятельности. Маркетинговые правоотношения: понятие, классификация, признаки. Субъекты и объекты маркетинговых правоотношений. Содержание маркетинговых правоотношений. Понятие и структура источников правового регулирования маркетинговой деятельности. Соотношение и правовая природа источников правового регулирования. Виды нормативно-правовых актов, регулирующих отношения в сфере маркетинговой деятельности. Законы и подзаконные акты. Ведомственные правовые акты. Корпоративные (локальные) акты. Классификация субъектов маркетинговой деятельности. Гражданское право. Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность. Порядок и необходимость государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Учредительные документы юридического лица. Принудительная ликвидация.	Контрольные вопросы, доклад-презентация, сообщение
2.	Правовое регулирование объектов маркетинговой деятельности, этические нормы и принципы	Понятие и виды маркетинговых коммуникаций. Законодательство о рекламной деятельности. Понятие рекламы. Субъекты рекламного процесса. Требования, предъявляемые к рекламе. Особенности отдельных способов распространения рекламы. Особенности рекламы отдельных видов товаров	Контрольные вопросы, доклад-презентация, сообщение
3.	Правовая защита интеллектуальной собственности в сфере маркетинга	Виды объектов интеллектуальной собственности. Виды интеллектуальных прав. Формы защиты прав на интеллектуальную собственность. Требования к объектам авторских прав. Требования к объектам патентного права. Договоры о распоряжении исключительным правом. Принудительная лицензия.	Контрольные вопросы, доклад-презентация, сообщение, проект

		Функции авторского права. Субъекты авторского права. Соавторство. Авторское право на составное произведение. Авторское право на производное произведение. Авторское право на служебное произведение.	
4.	Правовое обеспечение маркетинговых исследований и маркетинговой информации.	Общая характеристика маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Правовые основы информационных ресурсов в сфере современного маркетинга. Правовая защита коммерческой тайны как разновидности маркетинговой информации. Право на секрет производства. Правовое обеспечение маркетинговых исследований.	Контрольные вопросы, доклад-презентация, сообщение
5.	Правовое регулирование защиты прав потребителей. Ответственность в области маркетинговой деятельности.	Общие положения о потребителях в маркетинге. Принцип приоритета прав и запросов потребителей. Законодательство о защите прав потребителей. Основные понятия в сфере защиты прав потребителей. Права потребителя. Способы защиты прав потребителей при продаже товаров. Меры по защите прав потребителей в сфере услуг и работ. Государственная и общественная защита прав потребителей. Ответственность за нарушение прав потребителей. Специфика ответственности за правонарушения в сфере маркетинговой деятельности. Административная ответственность за нарушение законодательства в сфере маркетинговой деятельности.	Контрольные вопросы, доклад-презентация, сообщение

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Занятия лекционного и семинарского типа	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Подготовка эссе, рефератов, курсовых работ.	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Выполнение расчетно-графических заданий	Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
5	Выполнение лабораторных работ	Методические указания по выполнению лабораторных работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ

		ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
10	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В процессе изучения дисциплины лекции, практические занятия, консультации являются ведущими формами обучения в рамках лекционно-семинарской образовательной технологии.

Основной целью практических занятий является разбор практических ситуаций. Дополнительной целью практических занятий является контроль усвоения пройденного материала. На практических занятиях также осуществляется проверка выполнения заданий.

При проведении практических занятий участники готовят и представляют небольшие сообщения по наиболее важным теоретическим аспектам текущей темы, отвечают на вопросы преподавателя и других слушателей. В число видов работы, выполняемой слушателями самостоятельно, входят: поиск и изучение литературы по рассматриваемой теме, а также поиск и анализ научных статей.

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: при реализации различных видов учебной работы (лекций и практических занятий) используются следующие образовательные технологии: дискуссии, презентации. В сочетании с внеаудиторной работой они создают дополнительные условия формирования и развития требуемых компетенций обучающихся, поскольку позволяют обеспечить активное взаимодействие всех участников. Эти методы способствуют личностно-ориентированному подходу.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается особый порядок освоения указанной дисциплины. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Вышеозначенные образовательные технологии дают наиболее эффективные результаты освоения дисциплины с позиций актуализации содержания темы занятия, выработки продуктивного мышления, терминологической грамотности и

компетентности обучаемого в аспекте социально-направленной позиции будущего бакалавра, и мотивации к инициативному и творческому освоению учебного материала.

В целях реализации рабочей программы для ЛОВЗ применяются специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной информационно-образовательной среды Вуза.

1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Правовое обеспечение маркетинговой деятельности».

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК-2.1 Применяет инструменты управления инновационными товарами и нематериальными активами ИПК-2.2 Разрабатывает и совершенствует политику ценообразования с использованием инструментов комплекса маркетинга ПК-2.3 Разрабатывает и совершенствует систему распределения и сбытовую политику ИПК-2.4 Формирует и совершенствует систему маркетинговых коммуникаций ПК-3.1 Использует формы и методы проведения деловых переговоров в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ПК-4.1 Разрабатывает систему мотивации специалистов по интернет- маркетинг ПК-4.2 Демонстрирует способность формировать	Знать: -основы права, законодательство РФ, нормативные правовые акты, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие маркетинговую деятельность - знать особенности правового регулирования деятельности в маркетинге	<i>Контрольные вопросы, сообщения Доклад-презентация, сообщение</i>	<i>Вопросы на зачете</i>

	требования к составу и квалификации специалистов по интернет- маркетингу ПК-4.3 Демонстрирует способность использовать методы и инструменты управления специалистами по интернет-маркетингу и контроля их работы			
2		Уметь: - обоснованно применять правовые нормы для решения поставленных задач - понимать взаимосвязь права с маркетинговой деятельностью, ее процессами, происходящими на макро и микроуровнях	<i>Контрольные вопросы, сообщения Доклад-презентация, сообщение</i>	<i>Вопросы на зачете</i>
3		Владеть: -культурой правового мышления в маркетинговой деятельности -основными способами гражданско-правовой защиты	<i>Контрольные вопросы, сообщения Доклад-презентация, сообщение, проект</i>	<i>Вопросы на зачете</i>

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
Примерный перечень вопросов и заданий

Вопросы для устного опроса в рамках лекционных занятий и семинаров

Контрольные вопросы:

1. Понятие и признаки рекламы. Объект рекламирования.
2. Информация, на которую не распространяется Закон «О рекламе».
3. Товары, реклама которых не допускается.
4. Владелец рекламной конструкции (определение).
5. Если реклама нарушает деловую репутацию контрагента, к ответственности привлекается (СМИ, распространившая рекламу; лицо, предоставившее материал; СМИ, распространившее рекламу и лицо, предоставившее материал)?
6. Если опубликованные в СМИ несоответствующие действительности сведения имеют автора, к кому следует обращаться с иском (к автору, к СМИ, к автору и СМИ)?
7. Технические регламенты и стандарты как документы, определяющие качество товара, работ и услуг.
8. Понятие и правовое регулирование сертификации продукции.
9. Правовые вопросы позиционирования и товарного ассортимента.
10. Правовое регулирование сервиса как показателя конкурентоспособности товара.
11. Правовые аспекты упаковки.

12. Договор поручения в сфере товародвижения.
13. Комиссия и консигнация как договоры посреднических услуг.
14. Правовое регулирование агентирования как способа взаимодействия звеньев канала товародвижения.
15. Договоры на распоряжение исключительным правом (в сравнении).
16. Право преждепользования.
17. Правовые последствия совпадения приоритетов на товарный знак.
18. Выделенная заявка (понятие).
19. Последствия совпадения доменного имени с товарным знаком.
20. Внедоговорные способы передачи прав на товарный знак.
21. Ответственность за незаконное использование товарного знака (виды ответственности (административная, уголовная и т.д.) с корреспондирующей санкцией). Достаточно одного примера по каждому виду ответственности.

Подготовка докладов-презентаций, сообщений по учебной дисциплине

Алгоритм работы:

- 1) Поиск литературы и анализ литературы и источников по данной проблеме.
- 2) Подготовка доклад-презентации в творческой (продуктивной) переработке, где главное внимание уделяется новизне содержания, анализу его социальной ценности с учетом уже имеющихся достижений в определенной области знаний, при написании руководствоваться

Темы докладов-презентаций, сообщений:

1. Коммерческая тайна как объект правовой защиты.
2. Особенности правовой защита ноу-хау.
3. Особенности правового режима социальной рекламы.
4. Договор коммерческой концессии (франчайзинга) как форма
5. Вертикальную маркетинговую систему каналов товародвижения.
6. Авторские и патентные права на служебное произведение (в сравнении).
7. Неохраняемые элементы товарного знака.

Проект:

Рассмотреть конкретное дело гражданско-правовой защиты и предложить основные ее способы.

Дискуссии:

1. Контент сайта как объект правовой защиты (на основе анализа судебной практики определить в каких случаях правовая защита предоставляется, а в каких нет)
2. Реклама как предложение делать оферты и реклама как публичная оферта (понятие, сравнительный анализ правовых последствий).
3. Ответственность за незаконное использование товарного знака (виды ответственности (административная, уголовная и т.д.) с корреспондирующей санкцией).

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

Вопросы для подготовки к зачету

1. Обычай делового оборота как источник правового регулирования маркетинговой деятельности.
2. Принудительная ликвидация.

3. Коммерческая тайна как объект правовой защиты.
4. Контент сайта как объект правовой защиты.
5. Понятие и признаки рекламы. Объект рекламирования.
6. Информация, на которую не распространяется Закон «О рекламе».
7. Товары, реклама которых не допускается.
8. Особенности правового режима социальной рекламы.
9. Владелец рекламной конструкции (определение).
10. Реклама как предложение делать оферты и реклама как публичная оферта
11. Понятие «распространение порочащих сведений».
12. Судебная и внесудебная защита чести, достоинства и деловой репутации.
13. Виды требований, которые могут быть заявлены в иске о защите чести, достоинства.
14. Ответственность за распространение порочащих сведений.
15. Технические регламенты и стандарты как документы, определяющие качество товара, работ и услуг.
16. Понятие и правовое регулирование сертификации продукции.
17. Правовые вопросы позиционирования и товарного ассортимента.
18. Правовое регулирование сервиса как показателя конкурентоспособности товара.
19. Правовые аспекты упаковки.
20. Договор поручения в сфере товародвижения.
21. Комиссия и консигнация как договоры посреднических услуг.
22. Правовое регулирование агентирования как способа взаимодействия звеньев канала товародвижения.
23. Договор коммерческой концессии (франчайзинга) как форма, опосредующая
24. вертикальную маркетинговую систему каналов товародвижения.
25. Виды интеллектуальных прав.
26. Основания возникновения исключительного права.
27. Договоры на распоряжение исключительным правом (в сравнении).
28. Авторские и патентные права на служебное произведение (в сравнении).
29. Особенности правовой защита ноу-хау.
30. Виды средств индивидуализации (сравнительная таблица).
31. Право преждепользования.
32. Наименование места происхождения товара (понятие).
33. Правовые последствия совпадения приоритетов на товарный знак.
34. Выделенная заявка (понятие).
35. Неохраняемые элементы товарного знака.
36. Общеизвестный товарный знак.
37. Последствия совпадения доменного имени с товарным знаком.
38. Внедоговорные способы передачи прав на товарный знак.
39. Ответственность за незаконное использование товарного знака (
40. Принцип приоритета прав потребителей.
41. Способы защиты прав потребителей при продаже товаров.
42. Ответственность за нарушение прав потребителей.

Критерии оценивания результатов обучения

Критерии оценивания по зачету:

«не зачтено» – обучающийся показал пробелы в знаниях основного учебного материала, значительные пробелы в знаниях теоретических компонентов программы; неумение ориентироваться в основных научных теориях и концепциях, связанных с осваиваемой дисциплиной, неточное их описание; слабое владение научной терминологией и профессиональным инструментарием; допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных дисциплиной заданий, изложение ответа на вопросы с существенными лингвистическими и логическими ошибками;

«зачтено» – обучающийся показал всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, систематизированные, глубокие и полные знания теоретических компонентов дисциплины; умение ориентироваться в научных теориях, концепциях и направлениях, связанных с осваиваемой дисциплиной; умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии; точное использование научной терминологии, владение профессиональным инструментарием; стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы; умение свободно выполнять задания, предусмотренные дисциплиной, освоил основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной дисциплиной; показал всестороннюю глубокую разработку практического задания с использованием широкого круга источников информации, самостоятельность решения задачи и приводимых суждений; все расчеты сделаны правильно; выводы вытекают из содержания задачи, предложения обоснованы, в изложении ответа нет существенных недостатков.

Оценочные средства для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Алексеев С.В. Правовое регулирование маркетинговой деятельности URL: <https://booksee.org/book/528602>
2. Данько, Т. П. Управление маркетингом: учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468956>
3. Толкачев А. Правовое регулирование маркетинговой деятельности. Учебное пособие <https://iknigi.net/avtor-andrey-tolkachev/128986-pravovoe-regulirovanie-marketingovoy-deyatelnosti-uchebnoe-posobie-andrey-tolkachev.html>

5.2. Периодическая литература

Указываются печатные периодические издания из «Перечня печатных периодических изданий, хранящихся в фонде Научной библиотеки КубГУ» <https://www.kubsu.ru/ru/node/15554>, и/или электронные периодические издания, с указанием адреса сайта электронной версии журнала, из баз данных, доступ к которым имеет КубГУ:

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Scopus <http://www.scopus.com/>
2. ScienceDirect www.sciencedirect.com
3. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
4. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
5. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
6. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
7. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
8. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
9. Springer Journals <https://link.springer.com/>
10. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
11. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
12. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
13. zbMath <https://zbmath.org/>

14. Nano Database <https://nano.nature.com/>
15. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
16. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
17. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
3. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
4. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
5. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
6. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
7. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
8. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
9. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
10. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
11. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
12. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы

КубГУ:

1. Электронный каталог Научной библиотеки КубГУ <http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/Web>
2. Электронная библиотека трудов ученых КубГУ <http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/UserEntry?Action=ToDb&idb=6>
3. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
4. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
5. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
6. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
7. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

No	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Занятия лекционного и семинарского типа	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол No 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Подготовка эссе, рефератов, курсовых работ.	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол No 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол No 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол No 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем-лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения с использованием образовательных технологий.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом учебной дисциплины. Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде.

Задачи лекции заключаются в обеспечении формирования системы знаний по учебной дисциплине, в умении аргументировано излагать научный материал, в формировании профессионального кругозора и общей культуры, в отражении еще не получивших освещения в учебной литературе новых достижений науки, в оптимизации других форм организации учебного процесса.

Для подготовки к лекциям необходимо изучить основную и дополнительную литературу по заявленной теме и обратить внимание на те вопросы, которые предлагаются к рассмотрению в конце каждой темы. При изучении основной и дополнительной литературы, студент может в достаточном объеме усвоить и успешно реализовать конкретные знания, умения, навыки и компетенции при выполнении следующих условий:

- 1) систематическая работа на учебных занятиях под руководством преподавателя и самостоятельная работа по закреплению полученных знаний и навыков;
- 2) добросовестное выполнение заданий преподавателя на практических занятиях;
- 3) выяснение и уточнение отдельных предпосылок, умозаключений и выводов, содержащихся в учебном курсе; взаимосвязей отдельных его разделов, используемых методов, характера их использования в практической деятельности менеджера;
- 4) сопоставление точек зрения различных авторов по затрагиваемым в учебном курсе проблемам; выявление неточностей и некорректного изложения материала в периодической и специальной литературе;

5) разработка предложений преподавателю в части доработки и совершенствования учебного курса;

6) подготовка научных статей для опубликования в периодической печати, выступление на научно-практических конференциях, участие в работе студенческих научных обществ, круглых столах и диспутах по антикоррупционным проблемам.

Практические занятия – являются формой учебной аудиторной работы, в рамках которой формируются, закрепляются и представляются студентами знания, умения и навыки, интегрирующие результаты освоения компетенций как в лекционном формате, так в различных формах самостоятельной работы. К каждому занятию преподавателем формулируются практические задания, требования и методические рекомендации к их выполнению, которые представляются в фонде оценочных средств учебной дисциплины.

В ходе самоподготовки к практическим занятиям студент осуществляет сбор и обработку материалов по тематике его исследования, используя при этом открытые источники информации (публикации в научных изданиях, аналитические материалы, ресурсы сети Интернет и т.п.), а также практический опыт и доступные материалы объекта исследования.

Контроль за выполнением самостоятельной работы проводится при изучении каждой темы дисциплины на практических (семинарских) занятиях.

Самостоятельная работа студентов проводится с целью закрепления и систематизации теоретических знаний, формирования практических навыков по их применению при решении экономических задач в выбранной предметной области. Самостоятельная работа включает: изучение основной и дополнительной литературы, проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовку к практическим занятиям, подготовка сообщений, докладов-презентаций, подготовка к заданиям.

Самостоятельная работа студентов по данному учебному курсу предполагает поэтапную подготовку по каждому разделу в рамках соответствующих заданий:

Первый этап самостоятельной работы студентов включает в себя тщательное изучение теоретического материала на основе лекционных материалов преподавателя, рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, материалов периодических научных изданий, необходимых для овладения понятийно-категориальным аппаратом и формирования представлений о комплексе теоретического и аналитического инструментария, используемого в рамках данной отрасли знания.

На втором этапе на основе сформированных знаний и представлений по данному разделу студенты выполняют доклады-презентации, сообщения, задания, нацеленные на формирование умений и навыков в рамках заявленных компетенций, формулируют выводы, готовят практические рекомендации, материалы для публичного их представления и обсуждения.

Подготовка сообщения, доклада-презентации – закрепление теоретических основ и проверка знаний студентов по вопросам основ и практической организации научных исследований, умение подбирать, анализировать и обобщать материалы, раскрывающие связи между теорией и практикой. Подготовка презентации предполагает творческую активность слушателя, умение работать с литературой, владение методами анализа данных и компьютерными технологиями их реализации.

Текущий контроль самостоятельной работы студентов осуществляется еженедельно в соответствии с программой занятий. Описание заданий для самостоятельной работы студентов и требований по их выполнению выдаются преподавателем в соответствии с разработанным фондом оценочных средств по дисциплине.

В освоении лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором,

способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся лицом с ограниченными возможностями здоровья.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения лабораторных работ	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютеры, ноутбуки Оборудование:	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus 1С: Предприятие 8 SPSS Statistics Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus 1С: Предприятие 8 Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus 1С: Предприятие 8 Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Лаборатория информационных и управляющих систем 201Н Лаборатория экономической информатики 202Н	ПК, Терминальные станции, Усилитель автономный беспроводной	
Лаборатория управления в технических системах 207Н	Типовой комплект учебного оборудования "Теория автоматического управления", Презентации и плакаты Усилитель автономный беспроводной с микрофоном	
Лаборатория организационно-технологического обеспечения торговой и маркетинговой деятельности 201А	Панель интерактивная, Конференц-система, Микшер-усилитель, Подаватель акустической обратной связи, Настенный громкоговоритель, Радиосистема, Микрофон на гибком держателе, Моноблок НР, Документ-камера, Беспроводная точка доступа, Система видеотоображения, ЖК панель, Сплитер, Мультимедийная трибуна лектор, Система видеоконференцсвязи, Плакаты	
Лаборатория экономики и управления 212Н	Презентации и плакаты, Многофункциональный профессиональный видео детектор банкнот и ценных бумаг, Счетчики банкнот, Инфракрасный детектор банкнот и ценных бумаг, Универсальный детектор банкнот и ценных бумаг, Детектор подлинности банкнот, Ящик денежный, Планшетный импринтер, Усилитель автономный беспроводной	

Лаборатория безопасности жизнедеятельности 105А	Лабораторные стенды, Типовой комплект учебного оборудования, Стенды-тренажеры, Стенд-планшет, Тренажерный комплекс по применению первичных средств пожаротушения, Комплекс – тренажер по оказанию первой доврачебной помощи, Робот-тренажер, Комплект плакатов, Комплект демонстрационных пособий, Комплект аудиовизуальных пособий	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

	беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
--	---	--