

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