Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт отраслевого менеджмента

Факультет маркетинга, рекламы и сервиса

Кафедра маркетинга и торгового дела

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры маркетинга
и торгового дела
Протокол от «___» _____201_ г.
№_____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.5.1 ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

по направлению подготовки
38.03.06 - Торговое дело
Направленность (профиль): Международный маркетинг

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора - 2018

Москва, 2018 г.

Автор–составитель:
К.э.н., доц. Заздравных А.В._____

Заведующая кафедрой, к.э.н., доцент Л.С. Латышова

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....Ошибка! Закладка не определена.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВООшибка! Закладка не определена.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля) Ошибка! Закладка не определена.

4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)....8

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)Ошибка! За

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)Ошибка! Закладка не определена

6.1. Основная литература. .....**Ошибка! Закладка не определена.**

6.2. Дополнительная литература.....**Ошибка! Закладка не определена.**

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.**Ошибка! Закладка не опред**

6.4. Нормативные правовые документы. .....**Ошибка! Закладка не определена.**

6.5. Интернет-ресурсы. .....**Ошибка! Закладка не определена.**

6.6. Иные источники. .....**Ошибка! Закладка не определена.**

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы
Ошибка! Закладка не определена.

1. Цель и задачи дисциплины

1.1. Дисциплина «Правовое регулирование профессиональной деятельности» обеспечивает овладение следующей компетенцией:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-3	Готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	ПК -3.2	Готовность к формированию и прогнозированию покупательского спроса с помощью инструментов и методов маркетинговых коммуникаций с учетом правовых основ ведения маркетинговой деятельности, учетом страновых особенностей и международного маркетинга

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ОТФ- Организация и контроль закупок Формирование способности использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности. Готовность к формированию и прогнозированию покупательского спроса с помощью инструментов и методов маркетинговых коммуникаций с учетом правовых основ ведения маркетинговой деятельности, учетом страновых	ПК-3.2	**на уровне знаний:** выявляет предпосылки государственного правового регулирования отдельных аспектов рекламной деятельности. **на уровне умений:** использовать нормативно-правовую базу регулирования в профессиональной деятельности; **на уровне навыков:** ключевыми методами государственного вмешательства в разрезе товарной, ценовой, коммуникационной политики, а также каналов распределения товаров.

особенностей и международного маркетинга		

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.5.1 «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» входит в вариативную часть и осваивается в 6 семестре по очной форме обучения.

Глубокое усвоение материала обеспечивается сочетанием аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов с дополнительной литературой. Основным видом учебных занятий по данной дисциплине являются лекции. Практические занятия проводятся в виде дискуссий и диспутов с применением интерактивных форм обучения.

Итоговый контроль в форме зачета с оценкой предусмотрен в 6 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы (108 часов).

Распределение часов по различным видам работ представлено в таблице 2.

Объем дисциплины

Таблица 1.

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		**Объем дисциплины (модуля), час.**												
		Всего	**Семестр (триместр), курс[3]**											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная форма обучения														
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		***36***						***36***						
лекционного типа (Л)		***18***						***18***						
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)														
практического (семинарского) типа (ПЗ)		***18***						***18***						
контролируемая самостоятельная работа обучающихся (КСР)														
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		***72***						***72***						
Промежуточная аттестация	**форма**	***З с о***						***З с о***						
	час.													
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		***108/3***						***108/3***						

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Таблица 2.

№ п/п	**Наименование тем (разделов)**	**Объем дисциплины (модуля), час.**						**Форма текущего контроля успеваемости[4], промежуточной аттестации**
		Всего	**Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий**				**СР**	
			Л	**ЛР**	**ПЗ**	**КСР**		
Очная форма обучения								
Тема 1	Потребительский рынок и рекламная деятельность как объекты правового регулирования	22	4		4		14	Д, Э

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости[4], промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 2	Правовое регулирование товарной политики компаний	22	4		4		14	Э, ДЗ
Тема 3	Воздействие государства на механизм ценообразования	22	4		4		14	Д, ДЗ,Э
Тема 4	Регулирование маркетинговых коммуникаций и информации	20	2		4		14	Д, ДЗ,Э
Тема 5	Развитие и регулирование каналов распределения	22	4		2		16	Д, ДЗ,Э
	Форма контроля: зачет с оц							
	Всего:	**108**	**18**		**18**		**72**	

**Формы текущего контроля: опрос (О), эссе (Э), коллоквиум (К), диспут (Д), домашнее задание (ДЗ), тестирование (Т), реферат (Р) ,рубежный контроль (РК).*

Содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Потребительский рынок и рекламная деятельность как объекты правового регулирования	**Потребительский рынок – сфера приложения маркетинговой деятельности.** *Сущность и социально-экономическое значение потребительских рынков. Потребительский рынок, как объект маркетинговой деятельности.* **Современные проблемы функционирования потребительского рынка России.** *Внутренний спрос и его факторы. Валовое потребление потребительских товаров и товарооборот по группам: основные тренды. Ценовая доступность товаров. Обеспеченность торговыми площадями и инфраструктурные недостатки. Контроль качества и безопасности товаров. Теневой оборот.* **Государственные программы развития российского потребительского рынка.** *Поддержка и стимулирование внутреннего спроса. Развитие системы технического регулирования. Программы поддержки экспорта. Повышение платежеспособности населения и ценовой доступности товаров. Формирование инфраструктурных стандартов обслуживания, упорядочение торговли, развитие ее современных технологий. Контроль экономической концентрации, развитие конкуренции. Содействие занятости в торговле.* **Структура органов государственного регулирования маркетинговой деятельности.** *Федеральный региональный и местный уровень регулирования.*

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 2	Правовое регулирование товарной политики компаний	**Регулирование отношений в сфере брендинга и охраны товарных знаков.** *Органы регулирования и нормативно-правовая баз. Маркировка товаров: требования и ограничения. Закрепление прав на товарные знаки и наименования мест происхождения товаров, практика признания знаков общеизвестными. Практика охраны товарных знаков, ответственность за незаконное использование.* **Упаковка товара, как инструмент товарной политики в разрезе правового регулирования.** *Упаковка, как средство и процесс в системе маркетинга. Социально-экономические проблемы, связанные с упаковкой товаров. Регламенты и требования к упаковке. Регулирование гражданско-правовых отношений в области упаковки. Практика, требования и ограничения предоставления информации на упаковке.* **Регулирование ассортимента и качества товаров.** *Особенности и практика регулирования по отдельным товарным группам. Внедрение систем менеджмента качества в разрезе государственного регулирования. Меры государства по защите прав потребителя в области качества, гарантии производителей и продавцов. Ответственность за нарушения в области качества и безопасности товаров.*
Тема 3	Воздействие государства на механизм ценообразования	**Цена как объект стратегий компаний и государственного регулирования.** *Цена в комплексе маркетинга. Базисные ценовые стратегии и предпосылки успеха в ценовом соперничестве: российская практика. Свободные и регулируемые цены: общее и особенное.* **Социально-экономические предпосылки ценового регулирования в России. Традиционные инструменты воздействия на ценовой механизм: российская практика.** *Нормативная база ценового регулирования. Прямое регулирование цен и тарифов. Косвенное налогообложение. Интервенции и государственные закупки. Таможенное регулирование. Ценовой мониторинг. Меры антимонопольной политики.* **Специфические аспекты ценового регулирования в России. Ответственность за нарушения в области ценообразования.**
Тема 4	Регулирование маркетинговых коммуникаций и информации	**Регулирование внешних корпоративных коммуникаций.** *Информационные потоки в системе регулирования. Имидж и деловая репутация компаний, как объекты черного пиара. Оценка вреда деловой репутации: практика и проблемы. Ответственность за распространение недостоверной информации. Регулирование выставочной деятельности: правовая база, государственные и общественные организации. Механизм развития и поддержки выставочной деятельности в России.* **Правовое регулирование комплекса продвижения.** *Реклама в системе гражданско-правовых отношений. Реклама, как объект авторского и смежного права. Общие и специальные требования к рекламе. Противоречия регулирования рекламной деятельности в России. Ответственность за нарушения в области рекламных коммуникаций. Регулирование стимулирующих мероприятий компаний.*
Тема 5	Развитие и регулирование каналов распределения	**Сетевой маркетинг, как объект регулирования.** *Отдельные аспекты деятельности многоуровневых маркетинговых структур в России: типовые нарушения законодательства. Практика регулирования сетевого маркетинга.* **Регулирование дистанционной торговли. Регулирование розничной торговли.** *Общие принципы и нормативно-правовая база регулирования. Регулирование розничных товарных рынков в разрезе государственной социально-экономической политики.* **Регулирование поставок для нужд государства.**

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающегося и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

– при проведении занятий семинарского типа:

- диспут;
- реферат;

– при проведении зачета с оценкой:
ответ на вопросы билета в виде опроса.

4.1.2. Зачет проводится в форме ответа на вопросы билета в виде опроса.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Темы эссе по дисциплине:

1. Социально-экономические противоречия маркетинговой деятельности и предпосылки государственного вмешательства.
2. Регулирование отношений в сфере брендинга и охраны товарных знаков.
3. Товарная политика в разрезе государственного регулирования.
4. Проблемы развития потребительского рынка России.
5. Организационная структура и механизм государственного регулирования маркетинговой деятельности.
6. Воздействие государства на ценовую политику частных компаний.
7. Особенности регулирования внешних корпоративных коммуникаций.
8. Проблемы регулирования рекламной деятельности в России.
9. Особенности регулирования ассортимента и качества товаров.
10. Зарубежный опыт регулирования маркетинговой деятельности: общее и отличия с российской практикой.
11. Каналы продвижения продукции как объект государственного регулирования.
12. Защита прав потребителей в России: практика и противоречия.

Вопросы к диспуту по дисциплине:

Теоретические:

1. Структура органов государственного регулирования маркетинговой деятельности.
2. Регулирование гражданско-правовых отношений в области упаковки.
3. Регулирование ассортимента и качества товаров.
4. Внедрение систем менеджмента качества в разрезе государственного регулирования.
5. Меры государства по защите прав потребителя в области качества, гарантии производителей и продавцов.
6. Свободные и регулируемые цены: общее и особенное.
7. Традиционные инструменты воздействия на ценовой механизм: российская практика.
8. Специфические аспекты ценового регулирования в России.
9. Регулирование внешних корпоративных коммуникаций.
10. Оценка вреда деловой репутации: основные проблемы.
11. Ответственность за распространение недостоверной информации.

12. Ответственность за нарушения в области рекламных коммуникаций.

13. Регулирование стимулирующих мероприятий компаний.

14. Отдельные аспекты деятельности многоуровневых маркетинговых структур в России: типовые нарушения законодательства.

15. Регулирование розничной торговли. Общие принципы и нормативно-правовая база регулирования.

16. Регулирование поставок для нужд государства.

Прикладные:

17. Социально-экономическое значение потребительских рынков в России.
18. Современные проблемы функционирования потребительского рынка России.
19. Внутренний спрос в России и его факторы.
20. Обеспеченность торговыми площадями в РФ и инфраструктурные недостатки.
21. Теневой оборот в России.
22. Государственные программы развития российского потребительского рынка.
23. Повышение платежеспособности населения и ценовой доступности товаров в РФ.
24. Практика охраны товарных знаков, ответственность за незаконное использование.
25. Особенности и практика регулирования по отдельным товарным группам.
26. Социально-экономические предпосылки ценового регулирования в России.
27. Противоречия регулирования рекламной деятельности в России.
28. Практика регулирования сетевого маркетинга.

№ раздела	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
1	Зарубежный опыт регулирования маркетинговой деятельности: общее и отличия с российской практикой.
2	Защита прав потребителей в России: практика и противоречия.
1	Меры антимонопольной политики в России
4	Регулирование стимулирующих мероприятий компаний.
5	Регулирование поставок для нужд государства.
	Итого:

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Формируемые компетенции

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-3	Готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций,	ПК -3.2	Готовность к формированию и прогнозированию покупательского спроса с помощью инструментов и методов маркетинговых

	способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка		коммуникаций с учетом правовых основ ведения маркетинговой деятельности, учетом страновых особенностей и международного маркетинга

4.3.2. Типовые оценочные средства

1. Маркетинговая деятельность в условиях нелинейной социо-культурной динамики;
2. Социальная ответственность бизнеса перед потребителем.
3. Воздействие на маркетинг в индустриальном и постиндустриальном обществе.
4. Государственный маркетинг.
5. Технологии обратной связи с потребителем как регулирующий фактор рыночных отношений.
6. Сущность и социально-экономическое значение потребительских рынков.
7. Современные проблемы функционирования потребительского рынка России.
8. Государственные программы развития российского потребительского рынка.
9. Структура органов государственного регулирования маркетинговой деятельности.
10. Регулирование отношений в сфере брендинга и охраны товарных знаков.
11. Ответственность за незаконное использование товарных знаков.
12. Регулирование гражданско-правовых отношений в области упаковки.
13. Требования и ограничения к информации на упаковке.
14. Регулирование ассортимента товаров.
15. Регулирование качества товаров.
16. Системы менеджмента качества в разрезе государственного регулирования.
17. Защита прав потребителя в области качества, гарантии производителей и продавцов.
18. Ответственность за нарушения в области качества и безопасности товаров.
19. Цена как объект стратегий компаний и государственного регулирования.
20. Социально-экономические предпосылки ценового регулирования в России.
21. Нормативная база ценового регулирования.
22. Прямое регулирование цен и тарифов.
23. Косвенное налогообложение.
24. Меры антимонопольной политики.
25. Специфические аспекты ценового регулирования в России.
26. Ответственность за нарушения в области ценообразования.
27. Регулирование внешних корпоративных коммуникаций.
28. Ответственность за распространение недостоверной информации.
29. Регулирование выставочной деятельности: правовая база, государственные и общественные организации.
30. Реклама в системе гражданско-правовых отношений.
31. Общие и специальные требования к рекламе.
32. Ответственность за нарушения в области рекламных коммуникаций.
33. Сетевой маркетинг, как объект регулирования.
34. Регулирование дистанционной торговли.
35. Общие принципы и нормативно-правовая база регулирования розничной торговли.
36. Регулирование розничных товарных рынков.
37. Регулирование поставок для нужд государства.
38. Программы развития торговой деятельности.

Шкала оценивания

Баллы (рейтинговой оценки), %	Оценка	Требования к знаниям
100-81	*5, «отлично» («зачтено»)*	Ответ студента полный и правильный. Продемонстрировано владение методами формирования эффективного состава и структуры маркетинговых коммуникаций в целях прогнозирования спроса на международном рынке в зависимости от выявленных типов потребностей покупателей с учетом страновых особенностей и правовых аспектов осуществления маркетинговой деятельности.
80-61	*4, «хорошо» («зачтено»)*	Ответ студента правильный, но неполный. Не приведены иллюстрирующие примеры, обобщающее мнение студента недостаточно четко выражено.
60-41	*3, «удовлетворительно» («зачтено»)*	Ответ правилен в основных моментах, нет иллюстрирующих примеров, нет собственного мнения студента, есть ошибки в деталях и/или они просто отсутствуют.
40-0	*2, «неудовлетворительно» («не зачтено»)*	В ответе существенные ошибки в основных аспектах темы.

4.4. Методические материалы

Занятия по дисциплине «Правовое регулирование маркетинговой деятельности деятельности» представлены следующими видами работы: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с обсуждением отдельных вопросов, выступлением и участием в дискуссиях, диспутах.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся по вопросам, готовятся к семинарским занятиям, осуществляют подготовку к зачету.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий на диспутах, при защите рефератов.

Кроме того, оценивание студента проводится на *контрольной неделе* в соответствии с распоряжением проректора по учебной работе. Оценивание студента на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по

уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения студента по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание студента на занятиях осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы в соответствии с технологической картой дисциплины. Оценивание студента на контрольной неделе также осуществляется по балльно-рейтинговой системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

Студент допускается к экзамену по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка знаний студента на зачете носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на зачете;
- учебными достижениями в семестровый период.

Критерии оценки эссе:

Оценка **«удовлетворительно»** предполагает: полученные результаты **в значительной степени** соответствуют поставленной цели (цель работы достигнута в основном). Обоснована актуальность работы. В процессе анализа литературы отобраны наиболее важные источники, продемонстрировано понимание решаемой проблемы. Выбраны адекватные цели научный подход, методы, процедуры. Они в значительной степени реализованы в работе. Выводы имеют наглядный и проверяемый характер. Требования по оформлению работы в основном выполнены.

Оценка **«хорошо»** ставится: полученные результаты **преимущественно**_соответствуют поставленной цели и задачам. Обоснована практическая и теоретическая актуальность работы. В процессе анализа литературы отобран и проанализирован широкий круг теоретических и эмпирических источников. Выбраны и обоснованы применяемые научные подходы, методы и процедуры. Полученные результаты в целом логичны, доказательны и систематизированы. Оформление работы в целом соответствует существующим требованиям.

Оценка **«отлично»** предполагает: полученные результаты **полностью** соответствуют поставленной цели. Обоснована практическая и теоретическая значимость работы. Проведен детальный анализ теоретических и эмпирических источников, выводы автора самостоятельны и аргументированы. Выбраны и подробно описаны применяемые в работе научные подходы, методы и процедуры. Содержание работы полностью отражает узловые проблемы темы, исследовательская часть (в курсовой работе) выполнена самостоятельно, методологически корректно и содержит достоверные и интересные выводы и положения. Оформление работы полностью отвечает всем требованиям

Критерии правильности ответов на вопросы для диспута:

При оценке ответов на вопросы для обсуждения учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента (владение категориальным аппаратом, знание нормативно-правовых основ предмета), умение применять имеющиеся знания на практике (пояснить то или иное положение на примере), а также умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

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

Практические занятия дисциплины «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;

– разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
– систематизирует учебный материал;
– ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

– внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
– узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
– ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
– постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
– запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

– внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
– выпишите основные термины;
– ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
– уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
– готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
– рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

№ раздела	Вопросы для самопроверки
1	1.Перечислите ключевые современные проблемы функционирования потребительского рынка России. 2.Охарктеризуйте уровень ценовой доступности товаров длительного пользования в России. 3. Какие государственные программы поддержки и стимулирования внутреннего спроса вам известны. 4. Приведите структуру органов государственного регулирования маркетинговой деятельности в России.
2	1. Каков правовой механизм закрепления прав на товарные знаки и наименования мест происхождения товаров 2. Перечислите социально-экономические проблемы, связанные с упаковкой товаров. 3. Какие общие требования к упаковочным материалам вам известны. 4. Какие требования и ограничения предоставления информации на упаковке вам известны. 5. Назовите меры государства по защите прав потребителя в области качества, гарантии производителей и продавцов.
3	1. Приведите социально-экономические предпосылки ценового регулирования в России. 2. Обозначьте нормативную базу ценового регулирования. 3. Перечислите меры ответственности за нарушения в области ценообразования.
4	1. Приведите основные подходы к оценке вреда деловой репутации. 2.Назовите комплекс государственных мер по развитию и поддержке выставочной деятельности в России. 3. Понятие оферты и публичной оферты. 4. Какие меры ответственности за нарушения в области рекламных коммуникаций предусмотрены для рекламодателей, рекламораспространителей и изготовителей рекламы.
5	1.Перечислите правовые требования к деятельности многоуровневых маркетинговых структур в России. 2. Приведите нормативно-правовые документы, регламентирующие функционирование розничных рынков.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить

дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:
программой дисциплины;
перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
тематическими планами семинарских занятий;
контрольными мероприятиями;
учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
перечнем вопросов к зачету.
После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида. Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента.
Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).
Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на зачете может быть увеличено.
Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств. Допускается присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).
Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме адаптированной для лиц с нарушением зрения (укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на зачете может быть увеличено.
Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции. При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).
Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура зачета может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по

договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры зачета. В таком случае вопросы к зачету и практическое задание выбираются самим преподавателем.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Основная литература.

1. Морозов С.Ю. Основы теории гражданско-правовых организационных отношений. Ай Пи Эр Медиа, 2011. http://www.iprbookshop.ru/2626
2. Р.С. Голов. Бизнес-энциклопедия. Дашков и К, 2012. http://www.iprbookshop.ru/4557
3. Д.Ф. Аяцков. Правовые и организационные основы государственного и муниципального управления. Форум, 2012. http://www.iprbookshop.ru/5013

6.2. Дополнительная литература.

1. Марченко М.Н. Правовые системы современного мира. Зерцало-М, 2015. http://www.iprbookshop.ru/4530
2. Курзенин Э.Б. Правовые основы бизнеса. – М.: РиД групп, 2010.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Маилян С. С.; Косякова Н. И. Правоведение. М.: Юнити-Дана, 2007.
2. Марченко М.Н. Источники права. М.: ТК Велби, Проспект, 2007.
3. Марченко М.Н. Проблемы общей теории государства и права. В 2 томах. М.: ТК Велби, Проспект, 2007.
4. Познякова М.В. Все, что нужно знать о наследовании. СПб.: Питер, 2007.
5. Пугинский Б.И. Коммерческое право России. М.: Зерцало, 2007.
6. Уголовное право. Общая часть. Под ред. А.И. Рарога, А.С. Самойлова. М.: Высшее образование, 2005.
7. Уголовное право Российской Федерации. Особенная часть. Под ред. Л.В. Иногамовой-Хегай, А.И. Рарога, А.И. Чучаева. М.: Инфра-М., Контракт, 2005.
8. Якушев А.В. Конституционное право зарубежных стран. М.: А-Приор, 2007.

6.4. Нормативные правовые документы.

1. Гражданский кодекс РФ в 4х частях.
2. Налоговый кодекс РФ. (Часть первая, часть вторая).
3. Трудовой кодекс РФ.
4. Федеральный закон от 08.08.2001 № 134 – ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)».
5. Федеральный закон от 07.08.2001 № 119 – ФЗ «Об аудиторской деятельности».
6. Федеральный закон от 08.08.2001 № 129 - ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц».
7. Федеральный закон РФ от 29.10.1998 № 164 – ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)».
8. Федеральный закон РФ от 08.02.1998 № 14 – ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью».
9. Федеральный закон РФ от 25.09.1998 № 158 – ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».
10. Федеральный закон РФ от 08.01.1998 от № 6 – ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)».
11. Федеральный закон от 31.07.1998 № 148 – ФЗ «О едином налоге на вмененный доход для определенных видов деятельности».
12. Федеральный закон РФ от 21.07.1997 № 122 – ФЗ «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним».
13. Федеральный закон от 08.05.1996 № 41 – ФЗ «О производственных кооперативах».

14. Федеральный закон от 22.04.1996 № 46 – ФЗ «О рынке ценных бумаг».
15. Федеральный закон от 26.12.1995 № 208 – ФЗ «Об акционерных обществах».
16. Федеральный закон РФ от 21.11.1996 № 129 – ФЗ «О бухгалтерском учете».
17. Федеральный закон от 14.06.1995 № 80 – ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации».
18. Федеральный закон от 29.12.1995 № 222 - ФЗ «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства».
19. Федеральный закон от 10.06.1993 № 5151-1 «О сертификации продукции и услуг».
20. Постановление Правительства РФ от 19.06.2002 № 439 «Об утверждении форм документов, используемых при государственной регистрации юридических лиц, и требований к их оформлению».
21. Постановление Правительства РФ от 01.01.2001 № 1 «О классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы».

6.5. Интернет-ресурсы.
1. http://www. minpred.ru
2. http://www. rusacad.ru

6.6. Иные источники.
1. Предпринимательское право: Учебник / под ред. Е.П. Губина, П.Г. Лахно. - М.: Юристъ, 2002.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.
Организован доступ к следующим электронным ресурсам:
Bloomberg
EBSCO Publishing
eLIBRARY.RU
Emerging Markets Information Service
Google Scholar (Google Академия)
IMF eLibrary -
JSTOR
New Palgrave Dictionary of Economics - Электронныйсловарь.
OECD iLibrary
Oxford Handbooks Online
Polpred.com Обзор СМИ
Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;
SCOPUS
Web of Science
Wiley Online Library
World Bank Elibrary
Архивы научных журналов NEICON
Интернет-сервис «Антиплагиат»
Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»
ЭБС Издательства "Лань"
ЭБС Юрайт
Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»