

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.7.2 «ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СПОРТЕ»

Автор: Старший преподаватель, Куралех Олег Николаевич

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.03.02 – Менеджмент

направленность (профиль) "Менеджмент спортивной индустрии"

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

План курса:

Тема 1. Потребительский рынок и маркетинговая 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.

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.

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.

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.

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.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Текущий контроль: Опрос, Диспут, Эссе, реферат, тест.

Промежуточная аттестация проводится в форме: зачета (устно) по билетам.

Основная литература:

1. Н.А. Агешкина Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации (часть первая от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ) Ай Пи Эр Медиа 2014 <http://www.iprbookshop.ru/27491>

2. Д.Х. Валеев Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: постатейный комментарий к главам 6–12 Статут 2014 <http://www.iprbookshop.ru/29141>

3. Д.С. Бадалов Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» Статут 2012 <http://www.iprbookshop.ru/28975>