

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Правовое регулирование цифрового бизнеса

Авторы:

К.ю.н. Симонян Г.В.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 Менеджмент, «Цифровая трансформация в бизнесе»

Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать способность проведения анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для формирования вектора стратегического развития бизнеса, составлять программу исследования

План курса:

Тема 1. Потребительский рынок и ритейл сфера 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.

Тема 2. Правовое регулирование товарной политики компаний цифрового бизнеса.

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.**

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.06.01 «Правовое регулирование цифрового бизнеса» 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:

реферат, диспут;

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:
вопросы для опроса.

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): зачет в виде устного ответа на вопросы с разбором типовых ситуаций.

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>