ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Петербургский государственный университет путей сообщения

Императора Александра I»

(ФГБОУ ВО ПГУПС)

Кафедра «Экономическая теория»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

*дисциплины*

«ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» (Б1.В.ДВ.4.1)

для направления

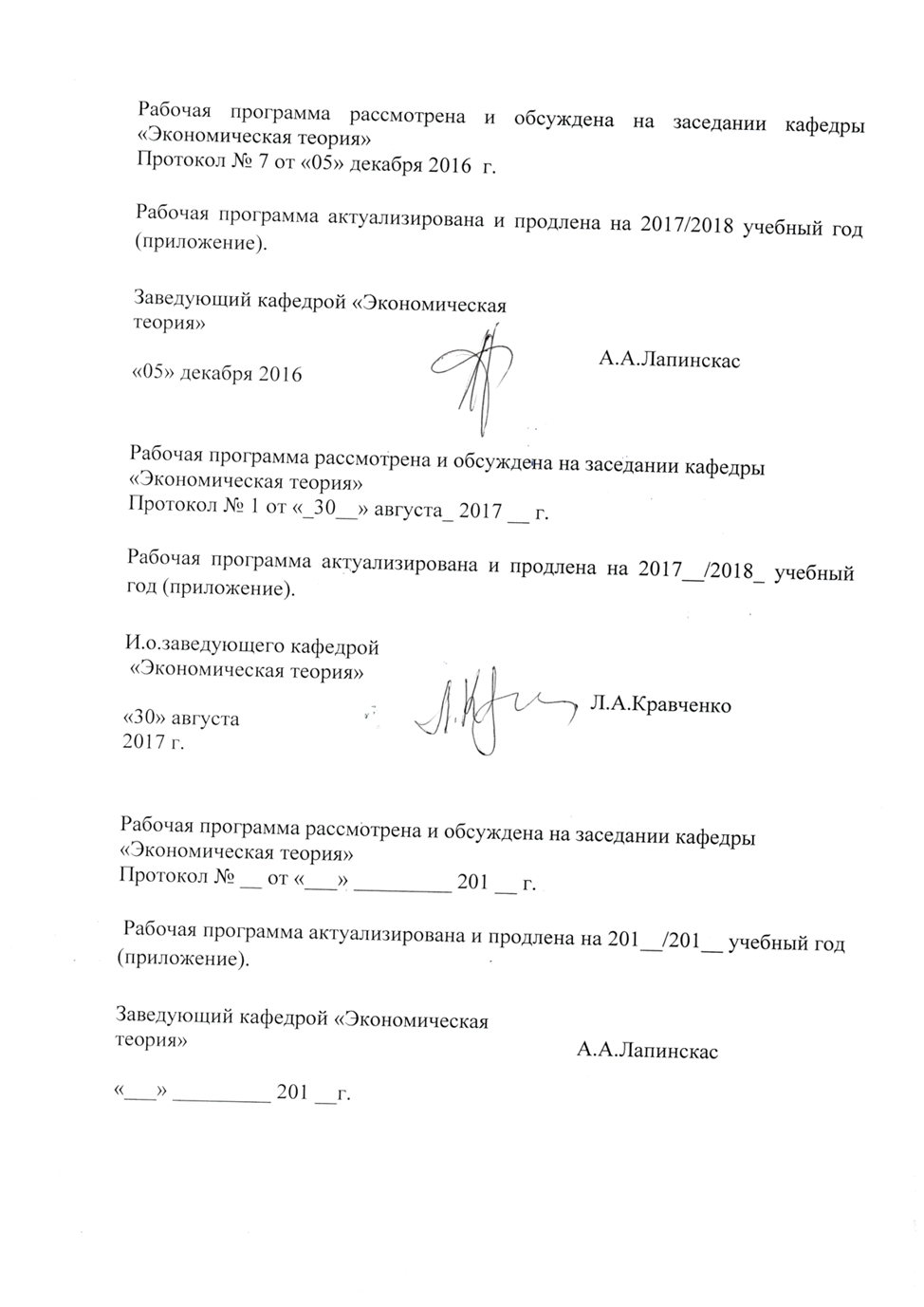
38.03.02 «Менеджмент»

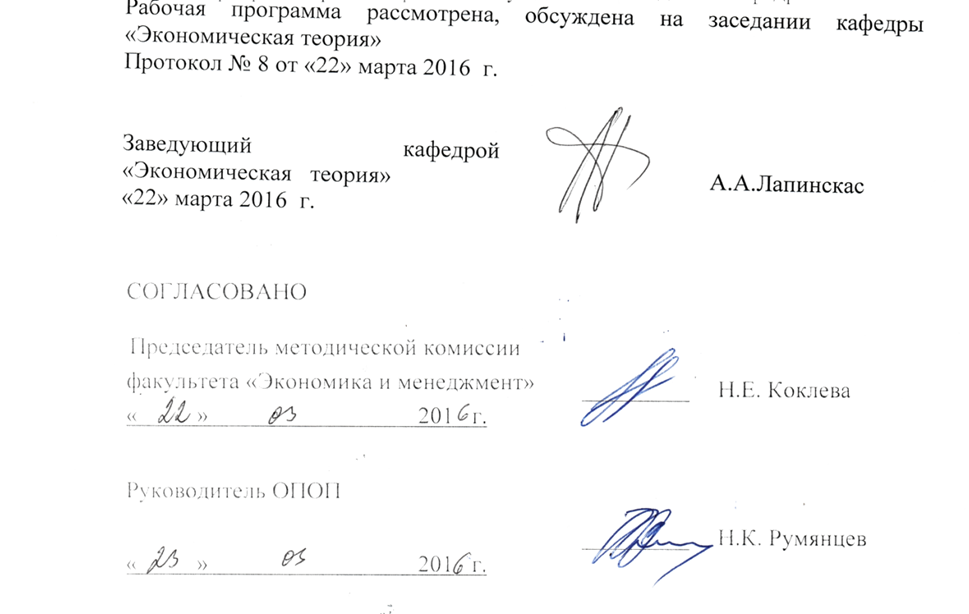
профиль «Маркетинг»

Форма обучения – очная, заочная

Санкт-Петербург

2016





1. **Цели и задачи дисциплины**

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным «12» января 2016 г., приказ № 7 по направлению 38.03.02 «Менеджмент» по дисциплине «Правовое регулирование маркетинговой деятельности».

Целью изучения дисциплины «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» является овладение обучающимися системой знаний в области права и законодательства Российской Федерации, при рассмотрении права как социальной реальности, выработанной человеческой цивилизацией и наполненной идеями гуманизма, и справедливости, формирование позитивного отношения к праву.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- выработка умения понимать сущность права и законодательства,

- усвоение обучающимися основных категорий и понятий дисциплины;

- знакомство с современным состоянием конституционного, административного, гражданского, трудового, уголовного права, основами судопроизводства;

- формирование потребности сообразовывать свою деятельность с требованиями норм права;

- формирование умения ориентироваться в массиве нормативных актов и специальной литературе по избранному направлению профессиональной подготовки;

- привитие навыков разрешения конфликтных ситуаций в соответствии с понятиями правомерного поведения.

Содержание курса включает в себя изучение законодательства, регламентирующего предпринимательскую деятельность, знание которого необходимо для принятия маркетинговых решений.

**2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются: приобретение знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**ЗНАТЬ**:

- основные категории и принципы предпринимательского права, важнейшие источники правового регулирования предпринимательской деятельности;

**УМЕТЬ:**

-применять понятийно-категориальный аппарат предпринимательского права, ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регулирующих сферу предпринимательской деятельности; использовать правовые нормы данной дисциплины в профессиональной и общественной деятельности;

**ВЛАДЕТЬ:**

- навыками целостного подхода к анализу проблем общества и места в нем бизнеса, навыками применения норм предпринимательского права к конкретным хозяйственным ситуациям.

Приобретенные знания, умения, навыки и/или опыт деятельности, характеризующие формирование компетенций, осваиваемые в данной дисциплине, позволяют решать профессиональные задачи, приведенные в соответствующем перечне по видам профессиональной деятельности в п. 2.4 основной профессиональной образовательной программы (ОПОП).

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих **общекультурных компетенций (ОК):**

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих **общепрофессиональных компетенций (ОПК)**:

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);

- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих **профессиональных компетенций (ПК)**, соответствующих видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата:

- владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20).

Область профессиональной деятельности обучающихся, освоивших данную дисциплину, приведена в п. 2.1 ОПОП.

Объекты профессиональной деятельности обучающихся, освоивших данную дисциплину, приведены в п. 2.2 ОПОП.

**3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Дисциплина «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» (Б1.В.ДВ.4.1) относится к вариативной части и является дисциплиной по выбору.

**4.** **Объем дисциплины и виды учебной работы**

Для очной формы обучения:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Всего часов** | **Семестр** |
| **8** |
| Контактная работа (по видам учебных занятий)  В том числе:   * лекции (Л) * практические занятия (ПЗ) * лабораторные работы (ЛР) | 26  8  18  -  - | 26  8  18  -  - |
| Самостоятельная работа (СРС) (всего) | 46 | 46 |
| Контроль | 0 | 0 |
| Форма контроля знаний | З | З |
| Общая трудоемкость: час / з.е. | 72/2 | 72/2 |

Для заочной формы обучения:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Всего часов** | **курс** |
| **5** |
| Контактная работа (по видам учебных занятий)  В том числе:   * лекции (Л) * практические занятия (ПЗ) * лабораторные работы (ЛР) | 8  4  4  - | 8  4  4  - |
| Самостоятельная работа (СРС) (всего) | 60 | 60 |
| Контроль | 4 | 4 |
| Форма контроля знаний | З, КР | З, КР |
| Общая трудоемкость: час / з.е. | 72/2 | 72/2 |

**5. Содержание и структура дисциплины**

5.1 Содержание дисциплины

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование раздела дисциплины** | **Содержание раздела** |
| 1 | **Общие положения правового регулирования маркетинговой деятельности** | Принципы правового регулирования маркетинговой деятельности. Источники правового регулирования маркетинговой деятельности. Маркетинговые правоотношения. Государственное регулирование сферы маркетинговой деятельности |
| 2 | **Договоры, опосредующие маркетинговую деятельность** | Понятие договора в сфере маркетинговой деятельности. Виды договоров в сфере маркетинговой деятельности. Публичный договор. Договор присоединения.  Договоры по реализации товаров: купля-продажа, поставка, поставка для государственных нужд.  Посреднические договоры: поручение, комиссия, агентирование, коммерческая концессия.  Договор простого товарищества. |
| 3 | **Договоры, опосредующие инновационную деятельность** | Понятие инновационной деятельности. Источники правового регулирования инновационной деятельности. Виды инноваций. Субъекты инновационной деятельности.  Договоры в сфере инновационной деятельности: на выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, коммерческой кон-цессии, договор на оказание маркетинговых услуг. Государственное регулирование инновационной деятельности. |
| 4 | **Государственное регулирование предпринимательства** | Понятие конкуренции, монополистической деятельности, доминирующего положения на рынке. Составы монополистической деятельности. Контроль за образованием монополистических структур и концентрацией капитала. Недобросовестная конкуренция. Государственные монополии. Естественные монополии. Правовое регулирование деятельности субъектов естественных монополий. Функции и полномочия антимонопольных органов. Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства.  Понятие рекламы. Источники правового регулирования рекламной деятельности. Правовые требования к рекламе. Понятие и виды ненадлежащей рекламы. Государственный контроль в сфере рекламной деятельности. Договор на оказания рекламных услуг. |

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

Для очной формы обучения:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование раздела дисциплины** | **Л** | **ПЗ** | **ЛР** | **СРС** |
| 1. | Общие положения правового регулирования маркетинговой деятельности | 2 | 4 |  | 10 |
| 2. | Договоры, опосредующие маркетинговую деятельность | 2 | 4 |  | 11 |
| 3. | Договоры, опосредующие инновационную деятельность | 2 | 4 |  | 11 |
| 4 | Государственное регулирование предпринимательства | 2 | 6 |  | 14 |
|  | ИТОГО | 8 | 18 |  | 46 |

Для заочной формы обучения:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование раздела дисциплины** | **Л** | **ПЗ** | **ЛР** | **СРС** |
| 1. | Общие положения правового регулирования маркетинговой деятельности | 2 | 0 |  | 20 |
| 2. | Договоры, опосредующие маркетинговую деятельность | 0 | 2 |  | 20 |
| 3. | Договоры, опосредующие инновационную деятельность | 2 | 0 |  | 20 |
| 4 | Государственное регулирование предпринимательства | 0 | 2 |  | 20 |
|  | ИТОГО | 4 | 4 |  | 60 |

**6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Наименование раздела** | **Перечень учебно-методического обеспечения** |
| 1. | Общие положения правового регулирования маркетинговой деятельности | 1. Маркетинг [Текст] : учебник : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 080301 "Коммерция (Торговое дело)", 032401 "Реклама", 080111 "Маркетинг" и направлению 100700. 62 "Торговое дело" / под ред. В. П. Третьяка. - Москва : Магистр ; [Б. м.] : Инфра-М, 2012. - 367 с. : ил. - (Бакалавриат) (Магистр) (Допущено Учебно-методическим объединением вузов России). - Библиогр.: с. 355-358 и в подстроч. примеч. - Авт. указаны на с. 359-365. - ISBN 978-5-9776-0238-9. - ISBN 978-5-16-005729-3  2. Потолокова, Мария Олеговна. Маркетинговые коммуникации [Текст] : учебное пособие / М. О. Потолокова, Н. К. Румянцев, Е. М. Ершов. - Санкт-Петербург : ПГУПС, 2013. - 75 с. : ил. - Библиогр.: с. 69 и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-7641-0503-1  3. Кудинов, О. А. Предпринимательское (хозяйственное) право [Электронный ресурс] / О. А. Кудинов. - Москва : Дашков и К, 2015. - 272 с. : ил. - ISBN 978-5-394-01843-5 Режим доступа: http://ibooks.ru/reading.php?short=1&isbn=978-5-394-01843-5  - Интернет–портал Правительства Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.government.ru  - Сайт Гарант http://www.garant.ru/  - Сайт Консультант Плюс http://www.consultant.ru/ |
| 2. | Договоры, опосредующие маркетинговую деятельность |
| 3 | Договоры, опосредующие инновационную деятельность |
| 4 | Государственное регулирование предпринимательства |

**7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Фонд оценочных средств по дисциплине является неотъемлемой частью рабочей программы и представлен отдельным документом, рассмотренным на заседании кафедры и утвержденным заведующим кафедрой.

**8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, нормативно-правовой документации и других изданий, необходимых для освоения дисциплины**

8.1 Перечень основной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Маркетинг [Текст] : учебник : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 080301 "Коммерция (Торговое дело)", 032401 "Реклама", 080111 "Маркетинг" и направлению 100700. 62 "Торговое дело" / под ред. В. П. Третьяка. - Москва : Магистр ; [Б. м.] : Инфра-М, 2012. - 367 с. : ил. - (Бакалавриат) (Магистр) (Допущено Учебно-методическим объединением вузов России). - Библиогр.: с. 355-358 и в подстроч. примеч. - Авт. указаны на с. 359-365. - ISBN 978-5-9776-0238-9. - ISBN 978-5-16-005729-3

2. Потолокова, Мария Олеговна. Маркетинговые коммуникации [Текст] : учебное пособие / М. О. Потолокова, Н. К. Румянцев, Е. М. Ершов. - Санкт-Петербург : ПГУПС, 2013. - 75 с. : ил. - Библиогр.: с. 69 и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-7641-0503-1

8.2. Перечень дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Кудинов, О. А. Предпринимательское (хозяйственное) право [Электронный ресурс] / О. А. Кудинов. - Москва : Дашков и К, 2015. - 272 с. : ил. - ISBN 978-5-394-01843-5 Режим доступа: http://ibooks.ru/reading.php?short=1&isbn=978-5-394-01843-5

8.3 Перечень нормативно-правовой документации, необходимой для освоения дисциплины

1.Гражданский кодекс Российской федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая. – Москва: Проспект, КноРус, 2014. – 608 с.

2.Трудовой кодекс Российской Федерации. – Москва: Издательство «Омега-Л», 2013. – 203 с. – (Кодексы Российской Федерации).

3.Уголовный кодекс Российской Федерации. – Москва: Проспект, КноРус, 2014. – 224 с.

8.4 Другие издания, необходимые для освоения дисциплины

При освоении данной дисциплины другие издания не используется.

**9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

Официальные издания и документы

1. Интернет–портал Правительства Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.government.ru
2. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.economy.gov.ru
3. [Федеральная служба государственной статистики](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
4. Официальный портал Администрации Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gov.spb.ru
5. Государственный заказ Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gz-spb.ru
6. Официальное представительство Ленинградской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.lenobl.ru
7. Государственный заказ Ленинградской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://goszakaz.lenobl.ru>

Средства массовой информации

1. [ComNews.ru. Новости телекоммуникаций, вещания и ИТ | comnews](http://www.comnews.ru/) [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.comnews.ru/
2. PR-портал Sovetnik.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.sovetnik.ru/
3. Архив номеров журнала «Железные дороги мира» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.zdmira.com/arhiv>
4. Архив номеров [журнала «Маркетинг в России и за рубежом»](http://www.mavriz.ru/) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/annotations/>
5. Архив номеров [журнала «Менеджмент в России и за рубежом»](http://www.mavriz.ru/) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mevriz.ru/annotations/>
6. Архив номеров журнала «Практический маркетинг» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.cfin.ru/press/practical/
7. Деловой Петербург [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.dp.ru/
8. Ежедневная деловая газета Ведомости [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.vedomosti.ru
9. Ежедневный Экономический обзор Российского рынка от Издательского Дома Коммерсантъ [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.kommersant.ru/
10. Еженедельник «Финансовая газета» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.fingazeta.ru/
11. Журнал «Эксперт» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.expert.ru
12. Российская газета - официальное издание для документов Правительства РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.rg.ru
13. Санкт-Петербургские Ведомости [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.spbvedomosti.ru

Электронные энциклопедии, справочники, учебники, книги, конспекты лекций по маркетингу

1. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://e.lanbook.com/
2. Архив интернет-библиотеки издательского дома «Дело и сервис» по теме «Маркетинг». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dis.ru/library/507/>
3. Бесплатная электронная библиотека онлайн "Единое окно к образовательным ресурсам" [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://window.edu.ru>
4. Электронная библиотека экономической и деловой литературы [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.aup.ru/library/

**10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Порядок изучения дисциплины следующий:

1. Освоение разделов дисциплины производится в порядке, приведенном в разделе 5 «Содержание и структура дисциплины». Обучающийся должен освоить все разделы дисциплины с помощью учебно-методического обеспечения, приведенного в разделах 6, 8 и 9 рабочей программы.
2. Для формирования компетенций обучающийся должен представить выполненные типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, предусмотренные текущим контролем (см. фонд оценочных средств по дисциплине).
3. По итогам текущего контроля по дисциплине, обучающийся должен пройти промежуточную аттестацию (см. фонд оценочных средств по дисциплине).

**11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются следующие информационные технологии:

* технические средства (персональные компьютеры, проектор, интерактивная доска,акустическая система);
* методы обучения с использованием информационных технологий(компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийныхматериалов);
* Электронная информационно-образовательная среда Петербургского государственного университета путей сообщения Императора Александра I [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sdo/pgups.ru.

Дисциплина обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения, установленного на технических средствах, размещенных в специальных помещениях и помещениях для самостоятельной работы в соответствии с расписанием занятий.

**12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Материально-техническая база обеспечивает проведение всех видов учебных занятий, предусмотренных учебным планом по данной специальности и соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам и правилам.

Она содержит специальные помещения - учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Помещения на семестр учебного года выделяются в соответствии с расписанием занятий.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

