РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ “Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ**

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС” | Катедра  “СОЦИАЛНИ И ПРАВНИ НАУКИ” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
| Декан: …...…………….............................  (доц. д-р Светослав Илийчовски) | Приета от ФС, Протокол № 1 от 11.09.2020 г. Приета от КС, Протокол № 1 от 04.09.2020 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Правна уредба на маркетинговата дейност” | |
| **Код на дисциплината: ФПТБ-КПН-Б-316**  **Брой кредити по учебен план: (5)** | |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФПТБ-КПН-Б-316 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.03/2020 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

**Часове учебна заетост (семестър с продължителност 14 седмици)**

***Таблица № 1***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Учебна заетост**  **/аудиторна и извънаудиторна/** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Аудиторна заетост (АЗ)** | **56** | **28** | **56** |
| 1.1. Лекции | 28 | 14 | 28 |
| 1.2. Семинарни занятия | 28 | 14 | 28 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **69** | **97** | **69** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 35 | 49 | 35 |
| 2.2. Академични задания | 34 | 48 | 34 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 17 | 30 | 15 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 4 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 7 | 4 | 9 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 10 | 10 | 10 |
| **Всичко:** | **125** | **125** | **125** |

**Схема за формиране на крайната оценка по дисциплина**

***Таблица № 2***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Критерий** | **Тежест на критерия** | | |
| **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Изпълнение на ангажименти през семестъра, в т.ч.:** | **50%** | **50%** | **50%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия   *(% от комплексната оценка)* | 30% | 30% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 20% | 20% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 0% | 0% | 30% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:* | **50%** | **50%** | **50%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Дисциплината „Правна уредба на маркетинговата дейност” се изучавана от студенти икономисти, като има за цел да ги запознае с правната регламентация и основните нормативни разрешения в някои важни сектори на икономиката, които са обезпечени с множество законови и подзаконови нормативни актове. Акцент се поставя на защитата на потребителите и защитата на конкуренцията. Принципът за свободната стопанска инициатива е конституционно регламентиран като основно право на всички граждани и организации на територията на Република България. Неговото отстояване и приложение се гарантира от държавата чрез приемането на нормативни актове, които гарантират еднакви правни условия за стопанска дейност, като се цели да бъде предотвратена злоупотребата с монополизма, нелоялната конкуренция и да се защитава потребителя. Политиките в тези сфери заемат и значително място в правото на Европейския съюз, чиито органи са приели редица нормативно обвързващи актове. Понастоящем българското национално законодателство е изцяло синхронизирано с това на Общността, но динамиката, с която то се развива, предполага запознаването на студентите с последните негови достижения. Ето защо в процеса на изучаване на дисциплината високо се насърчава и цени самоподготовката и работата с онлайн ресурси (например портала на Европейската комисия, създаден да информира потребителите и търговците за техните права, съответно задължения http://ec.europa.eu/consumers).

Друга съществена част от обучението по дисциплината включва темите, разглеждащи правилата, по които се осъществяват туристическите дейности. Водещото място на туризма като основополагащ отрасъл, заедно с големия брой заети лица в тази сфера, предполага задълбочено познаване на проблематиката на отделните институти – напр. условията за извършване на туроператорска и туристическа агентска дейност, хотелиерство, ресторантьорство, организирани групови пътувания и пр.

**2.2. Предварителни изисквания**

Пълноценното изучаване на материята, застъпена в тази дисциплина, изисква от студентите да притежават знания по търговско право – придобиване на търговско качество, отделни видове търговци, търговско представителство, прехвърляне на търговско предприятие, ликвидация, търговска несъстоятелност, търговски сделки и др., което е предмет на изучаване по дисциплината „Основи на правото“.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

лекции, казуси, дебати и дискусии

***2.3.2 Дистанционна форма***

**2.4. Очаквани резултати**

Очаква се след успешно приключване на курса студентите да придобият добри познания в сферата на правната регламентация на маркетинговата дейност. Студентите се подготвят за работа с различни нормативни актове в областта. Запознати са със съществени характеристики на договори за предоставяне на маркетингови услуги, договори в областта на в туризма и ресторантьорството и др.

**III. разпространение на дисциплината**

1. Русенски университет „Ангел Кънчев” – Защита на потребителя

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **${temi#1}Тема І. Общи положения** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *Същност, предмет и методи на правната уредба на маркетинговата дейност. Източници и принципи. Обекти и субекти на отношенията във връзка с маркетинговата дейност.* |
| **${temi#2}Тема ІІ. Правни средства за осъществяване на маркетинговата дейност** | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 |
| *Същност и видове правни средства за осъществяване на маркетинговата дейност. Административния акт като средство за осъществяване на маркетингова дейност. Сделките като средство за осъществяване на маркетингова дейност. Договор за франчайз. Договор за маркетингови проучвания. Договор за дистрибуция.* |
| **${temi#3}Тема ІІІ. Информация, предоставяна на потребителя при продажба на стоки и услуги** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *Етикетиране на стоките. Указания за употреба на стоките. Обозначаване на цените на стоките и услугите.* |
| **${temi#4}Тема ІV. Търговски практики и способи за продажба** | 4 | 4 | 2 | 1 | 4 | 4 |
| *Договор, сключен извън търговския обект. Договор за продажба от разстояние. Способи за продажба. Нелоялни търговски практики. Неравноправни клаузи в потребителските договори.* |
| **${temi#5}Тема V. Безопасност и качество на стоките и услугите** | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| *Обща безопасност на стоките и услугите. Гаранция на потребителската стока. Рекламации. Отговорност за вреди, причинени от дефект на стоката.* |
| **${temi#6}Тема VІ. Условия и ред за извършване на туристически дейности** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *Туроператорска и туристическа агентска дейност. Организирани групови и индивидуални турстически пътувания с обща цена. Хотелиерство и ресторантьорство. Категоризиране на туристическите обекти.* |
| **${temi#7}Тема VІІ. Защита на потребителите по договори за потребителски кредит** | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| *Предоставяне на преддоговорна информация по договор за потребителски кредит. Договор за потребителски кредит – форма и съдържание. Оценка на кредитоспособността на потребителя. Годишен процент на разходите по кредита. Реклама на потребителски кредит. Право на отказ от договора за потребителски кредит. Предсрочно погасяване на кредита. Посредничество при предоставяне на потребителски кредит.* |
| **${temi#8}Тема VІІІ. Защита на конкуренцията** | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 |
| *Ограничаване на конкуренцията. Забранени споразумения, решения и съгласувани практики. Злоупотреба с монополно или господстващо положение. Концентрации между предприятия. Нелоялна конкуренция.* |
| **${temi#9}Тема ІХ. Контрол и разрешаване на спорове във връзка с маркетинговата дейност** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *Компетентни органи за контрол. Същност и видове спорове. Медиация и помирителни производства. Административни производства. Съдебен процес.* |
| **${temi\_sum#1}Общо:** | **28** | **28** | **14** | **14** | **28** | **28** |

**V. ИЗПОЛЗВАНИ УЧЕБНО-ТЕХНИЧЕСКИ СРЕДСТВА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование на**  **Учебно-техническото средство** | **Използвани учебно-технически средства по вид на занятията** | |
| **Лекции** | **Семинарни**  **занятия** |
| 1. Мултимедийни системи за презентиране | X | X |
| 2. Интернет | X | X |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |
| 3.1 | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Стефанов, Г. Търговско право. Отделни видове търговци. Отделни видове търговски сделки. Търговска несъстоятелност. ИК „Абагар”, Велико Търново, 2000. |
| 2. Неделчева, Б. Правно регулиране на маркетинговата дейност. Нов български университет, София, 1996. |
| 3. Николов, П. и колектив. Новата правна уредба за защита на конкуренцията. Издателство „Труд и право”, София, 2009. |
| 4. Николов, П., Нелоялна конкуренция и стратегии за противодействие, София, 2012. |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Герджиков, О. Търговски сделки. ИК „Труд и право”, София, 1997. |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Търговски закон |
| 2. Закон за защита на потребителите |
| 3. Закон за туризма |
| 4. Закон за потребителския кредит |
| 5. Закон за защита на конкуренцията |
| 6. Закон за медиацията |
| 7. Правилник за работата на помирителните комисии |
| 8. Наредба за категоризиране на средствата за подслон, местата за настаняване, заведенията за хранене и развлечения |

**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. www.kzp.bg |
| 2. www.cpc.bg |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  ${authors#1}(преп. Калин Костов) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
| …………………………………  (доц. д-р Катя Личева) |  |