

## НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ «МЕНЕДЖМЕНТ»

### ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»

#### ДИСЦИПЛИНА «ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

#### АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

##### **Цели освоения дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» является формирование у студентов профессиональных компетенций, необходимых для последующего осуществления профессиональной деятельности в строгом соответствии с нормами права.

Изучение дисциплины «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» позволяет студентам

- получить целостное представление о том, какие нормативно-правовые акты регулируют маркетинговые правоотношения
- проанализировать действие юридических норм
- выявить пробелы в законодательстве и проблемы правоприменения в сфере маркетинга.

##### **2. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:**

способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);

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

##### **В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

##### Знать

- основные нормативно-правовые акты, регулирующие профессиональную деятельность маркетолога
- профессиональные кодексы саморегулируемых организаций, действующих в коммуникационной сфере

##### Уметь

- оперировать юридическими понятиями и категориями
- применять нормы права при осуществлении своей профессиональной деятельности

##### Владеть

- навыками работы с нормативно-правовыми актами, регулиющими профессиональную деятельность маркетолога

- приемами составления необходимых в профессиональной деятельности документов, имеющих юридическую силу

**Основные разделы дисциплины:**

- 1) Правовые основы осуществления маркетинговой деятельности
- 2) Правовые отношения субъектов маркетинговой деятельности с органами государственной власти и управления
- 3) Правовое обеспечение получения, использования и распространения маркетинговой информации
- 4) Правовое регулирование маркетинговых исследований
- 5) Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций
- 6) Правовые основы защиты чести, достоинства и деловой репутации
- 7) Правовое регулирование товарной политики в маркетинге
- 8) Правовое регулирование конкуренции как фактора маркетинговой среды
- 9) Правовое регулирование ценообразования как категории маркетинга
- 10) Правовое обеспечение функционирования коридоров товародвижения

**Составитель:** Курач Татьяна Лукьяновна