ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей кафедрой

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Максимова Т. В.
Пользователь: maksimovatv
Дата подписания: 27.05.2023

Т. В. Максимова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М0.08 Правовое регулирование маркетинговой деятельности
для направления 38.04.02 Менеджмент
уровень Магистратура
магистерская программа Стратегический и инновационный маркетинг
форма обучения очная
кафедра-разработчик Предпринимательское, конкурентное и экологическое право

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 952

Зав.кафедрой разработчика,
д.юрид.н., проф.

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Кванина В. В.
Пользователь: kvaninavv
Дата подписания: 25.05.2023

В. В. Кванина

Разработчик программы,
к.юрид.н., доцент

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Портянова П. Д.
Пользователь: portianovapd
Дата подписания: 25.05.2023

П. Д. Портянова

Челябинск

1. Цели и задачи дисциплины

Главная цель дисциплины «Правовое обеспечение маркетинговой деятельности" - исследовать особенности основных институтов двух наук: маркетинга и права, рассмотреть правовое положение участников маркетинговых правоотношений; выделить особенности правового регулирования маркетинга в различных сферах деятельности; государственно – правовое регулирование маркетинговой деятельности, а также частноправовое регулирование отношений, складывающихся в сфере маркетинговой деятельности. Задачами изучения дисциплины являются: закрепление теоретических знаний о маркетинге, умение корректно пользоваться и применять законодательство с учётом принятой судебно-арбитражной практики; умение анализировать развитие российского законодательства.

Краткое содержание дисциплины

В содержание программы входят следующие вопросы: - понятие и цели правового регулирования маркетинговой деятельности; - источники правового регулирования маркетинговой деятельности; - субъекты маркетинговой деятельности; - государственное регулирование отношений в сфере маркетинговой деятельности; - договорные отношения, складывающиеся в сфере маркетинговой деятельности; - правовая охрана результатов интеллектуальной деятельности в сфере маркетинговой деятельности и другие.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4 Способен планировать и осуществлять контроль маркетинга в организации	Знает: - основные источники правового регулирования в сфере маркетинговой деятельности; - основные требования нормативно-правовых актов, предъявляемые к хозяйствующим субъектам в условиях конкуренции на рынке Умеет: - разрабатывать и оценивать маркетинговую деятельность соответствии с основными требованиями нормативно-правовых актов Имеет практический опыт: - анализа нормативно-правовых актов, содержащих обязательные требования к осуществлению маркетинговой деятельности
ПК-5 Способен управлять маркетинговой деятельностью организации в различных отраслях, рынках и сферах деятельности	Знает: - основные требования нормативно-правовых актов, предъявляемые к созданию и деятельности корпораций и иных хозяйствующих на рынке субъектов Умеет: - анализировать механизм взаимодействия организации с государственными органами, контрагентами и потребителями с позиции соответствия действующему законодательству; - выявлять тенденции развития политико-правовой,

	социально-экономической ситуации и оценивать их влияние на деятельность организации Имеет практический опыт: - выработки планов по взаимодействию с государственными органами, потребителями и контрагентами в рамках действующего законодательства на основе учебных кейсов

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Отраслевой маркетинг, Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр), Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности) (2 семестр)	Маркетинг на международном рынке товаров и услуг, Маркетинг в цифровой среде, Оценка эффективности и результативности маркетинговой деятельности, Международный маркетинг, Управление маркетинговой деятельностью, Производственная практика (преддипломная) (4 семестр)

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Отраслевой маркетинг	Знает: - особенности маркетинговой деятельности в различных отраслях, специфику маркетинговых технологий, методов и инструментов в промышленном маркетинге, в сфере услуг, торговле и других отраслях, - методику проведения анализа отраслей, специфику методов маркетингового анализа на различных типах рынков Умеет: - адаптировать методы и инструменты маркетинга к отраслевым особенностям и специфике сферы деятельности компании, - определять географические, продуктовые границы исследуемого рынка, оценивать целесообразность применения методов и инструментов анализа в зависимости от типа отрасли или конкретного рынка Имеет практический опыт: - обоснования границ исследуемого объекта при отраслевом анализе и выявления специфики отрасли, рынка или сферы деятельности, - оценки основных экономических характеристик исследуемой отрасли
Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)	Знает: - подходы к организации маркетинговой деятельности на предприятии, перспективные направления исследований, - принципы эффективной командной работы, - технологии личностного и профессионального роста, - основы отраслевого маркетинга, специфику потребительских и промышленных рынков,

	маркетинга в сфере услуг и особенности инструментария маркетинга в зависимости от отраслевой принадлежности компании, - методы оперативного контроля маркетинга , - элементы комплекса маркетинга (4Р), положения современных маркетинговых концепций, - концепцию маркетинга взаимодействия, подходы к исследованию потребителей и конкурентов Умеет: - проводить анализ маркетинговой деятельности предприятия, - работать в команде, эффективно взаимодействуя с членами команды для достижения общих целей, - эффективно осуществлять собственные научные изыскания и достигать поставленной цели в условиях существующих ограничений, - определять отраслевую специфику бизнеса и обосновывать применение технологий и инструментов с учетом этой специфики, - оценивать маркетинговую деятельность компании в разрезе отдельных задач маркетинг-микса, - анализировать деятельность компании по элементам концепции "маркетинг-микс", - применять методы анализа элементов маркетинговой среды компании, проводить анализ потребителей, конкурентов, поставщиков Имеет практический опыт: - разработки перечня потенциальных проблем/направлений совершенствования маркетинговой деятельности предприятия, - адаптации в новом коллективе и встраивания в команду в рамках проведения исследования, - эффективного самоменеджмента в достижении целей исследования, - обоснования отраслевой специфики маркетинговой деятельности предприятия в рамках самостоятельного исследования, - планирования и проведения мониторинга оперативной маркетинговой деятельности компании в разрезе отдельных задач маркетинг-микса, - проведения анализа решений предприятия по элементам комплекса маркетинга и разработки рекомендации по их развитию, - оценки факторов среды косвенного воздействия (макросреды), оценки влияния макросреды на положение компании, проведения анализа потребителей, конкурентного анализа
Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности) (2 семестр)	Знает: - технологии самоменеджмента, - методы ситуационного анализа в маркетинге, - концепции организационных полномочий и делегирования, - отраслевую специфику маркетинговой деятельности, - методы стратегического и оперативного контроля маркетинга, - концепции расширенного комплекса маркетинга, - методики анализа рынков, инструменты стратегического анализа Умеет: - планировать рабочее время, определять приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе

	самооценки, - обобщать и оценивать результаты самостоятельных исследований, - выстраивать эффективные взаимосвязи в коллективе, - обосновывать применение современных маркетинговых технологий, осуществлять выбор методов управления маркетингом с учетом специфики отрасли, рынка или сферы деятельности предприятия, - проводить мониторинг маркетинговой деятельности предприятия, - обосновывать применение концепций "маркетинг-микс" с учетом специфики деятельности компании, - определять потребности и направления проведения маркетингового анализа рынка на конкретном предприятии Имеет практический опыт: - разработки реалистичных планов исследования, согласованных с имеющимися возможностями, - анализа маркетинговой деятельности предприятия, выявления проблем и разработки мероприятий по решению проблем, - эффективного взаимодействия с коллективом предприятия в рамках проведения исследования, - проведения маркетингового анализа предприятия с учетом специфики отрасли, рынка и сферы деятельности, - разработки и обоснования мероприятий, направленных на совершенствование отдельных маркетинговых функций, - разработки решений в области продуктовых и ценовых стратегий, стратегий распределения и продвижения предприятия, - планирования и проведения исследований рынка в рамках тематики самостоятельного научного исследования

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		3
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
Аудиторные занятия:	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	35,75	35,75
Подготовка к зачету	15	15
Изучение и конспектирование материалов к практическим	20,75	20.75

занятиям. Подготовка докладов. Решение задач. Подготовка к тестированию.		
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Общие положения о маркетинговой деятельности	16	8	8	0
2	Публично-правовые и частно-правовые требования к осуществлению маркетинговой деятельности	16	8	8	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1-2	1	Общие положения о маркетинговой деятельности	4
3-4	1	Маркетинг как вид экономической деятельности	4
5-6	2	Частно-правовые требования к осуществлению маркетинговой деятельности	4
7-8	2	Публично-правовые требования к осуществлению маркетинговой деятельности	4

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Понятие и источники правового регулирования маркетинговой деятельности	2
2	1	Субъекты маркетинговой деятельности: понятие, классификация, создание, прекращение деятельности. Государственная регистрация юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.	2
3	1	Лицензирование отдельных видов деятельности	2
4	1	Государственный контроль (надзор) и муниципальный надзор в сфере осуществления маркетинговой деятельности	2
5	2	Техническое регулирование качества и безопасности товаров, работ, услуг	2
6	2	Антимонопольное регулирование в сфере осуществления маркетинговой деятельности	2
7	2	Правовое регулирование рекламы	2
8	2	Общие положения о договорах в сфере маркетинговой деятельности	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием	Семестр	Кол-

	разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс		во часов
Подготовка к зачету	ПУМД 1,2,3,4, ЭУМД 1,2,	3	15
Изучение и конспектирование материалов к практическим занятиям. Подготовка докладов. Решение задач. Подготовка к тестированию.	ПУМД 1,2,3,4, ЭУМД 1,2,	3	20,75

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	3	Проме-жуточная аттестация	Зачет	-	4	Промежуточная аттестация (зачет) проводится на основе результатов текущего контроля. На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 №179, в редакции приказа ректора от 10.03.2022 № 25-13/09). По результатам выполненных мероприятий текущего контроля в процентном выражении формируется оценка за курс. При условии выполнения мероприятий текущего контроля и достижении рейтинга 60 – 100 % обучающийся получает соответствующую рейтингу оценку. Для получения оценки на основании рейтинга по текущему контролю обязательно достижение результата выполнения тестирований с достижением по каждому из них результата не менее 80 %.	зачет

						При желании обучающегося повысить рейтинг по дисциплине зачет проводится в форме устного собеседования – из перечня вопросов для подготовки к зачету студенту задаются – один теоретический вопрос и одно практическое задание. Порядок начисления баллов за ответ на теоретический вопрос: 1) использование правовых норм действующего законодательства при ответе (максимум – 1 б.): ответ основан на действующем законодательстве – 1 б.; ответ основан на устаревшем законодательстве – 0 б.; 2) содержание ответа на теоретический вопрос – максимум 1 б.: раскрыты все аспекты вопроса (например, понятие, признаки, принципы, субъекты и т.д.) – 1 б.; вопрос раскрыт частично – 0,5 б.; вопрос не раскрыт (нет ответа) – 0 б. Обучающийся может набрать за ответ на теоретический вопрос максимум 2 балла. Порядок начисления баллов за практическое задание: 1) использование действующего законодательства (максимум – 1 б.): решение основано на действующем законодательстве в полном объеме – 1 б.; частично – 0,5 б.; ответ основан на устаревшем законодательстве – 0 б.; 2) правильность выполнения практического задания (максимум 1 б.): практическое задание выполнено верно – 1 б.; практическое задание выполнено частично – 0,5 б.; практическое задание выполнено неверно – 0 б. Максимальный балл за мероприятие промежуточной аттестации - 4 балла	
2	3	Текущий контроль	Доклады	0,2	20	Выступление с докладом осуществляется на занятиях по плану практических занятий. Оценивание результатов происходит с учетом балльно-рейтинговой системы оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Порядок начисления баллов за доклад: 2 балла – доклад основан на действующей редакции закона 2 балла – доклад отражает правовые позиции Верховного Суда РФ по рассматриваемому вопросу 2 балла - доклад отражает основные проблемы права 4 балла – доклад содержит точки зрения на определенные докладчиком проблемы	зачет

						правового регулирования 2 балла – доклад содержит кратко изложенные примеры из актуальной судебной практики Оформление доклада 2 балл – доклад оформлен надлежащим образом (4–5 страниц шрифтом Times New Roman, размер шрифта – 14 pt, междустрочный интервал 1,5, выравнивание текста по ширине) 2 балла – доклад своевременно размещен в данном ресурсе 4 балла – с докладом в данный ресурс прикреплена презентация, отражающая основные содержательные моменты доклада, объемом не менее 7 слайдов Максимальный балл за доклад - 20 баллов.	
3	3	Бонус	Участие в конференции	-	5	В качестве бонуса учитываются участие в конференциях и публикации (+ 5 % к рейтингу по дисциплине) Необходимо до зачетной недели копии документов – диплома, сертификата об участии в конференции либо программу конференции (оглавление сборника статей (тезисов), изданного по материалам конференции) Международная (участие + публикация) – 5 баллов Национальная (участие + публикация) – 4 балла Международная (участие) – 2 балла Национальная (участие) – 1 балл	зачет
4	3	Текущий контроль	Решение задач	0,2	20	Задачи решаются в письменном виде. Задачи представляются преподавателю на проверку на практическом занятии по соответствующей теме. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). При решении задач обязательно используются нормативные правовые акты в последней редакции, приводится анализ судебной практики. Студенту даются две задачи для решения. Порядок начисления баллов за задачу: 1) использование действующего законодательства (максимум – 6 б.): решение основано на действующем законодательстве в полном объеме – 6 б.; частично – 3-5 б.; ответ основан на устаревшем законодательстве – 0 б.; 2) соблюдение логики выполнения практического задания (максимум – 2 б.):	зачет

						в полном объеме – 2 б.; допущены незначительные логические ошибки (не повлияли на результат решения) – 1 балл; допущенные существенные логические ошибки привели к неверному выполнению задания, практическое задание/задача не выполнено – 0 баллов. 3) правильность выполнения практического задания (максимум 2 б.): практическое задание выполнено верно – 2 б.; практическое задание выполнено частично – 1 б.; практическое задание выполнено неверно – 0 б. За выполнение одной практической задачи обучающийся может набрать максимум 10 баллов. Максимальный балл за решение двух задач - 20 баллов.	
5	3	Текущий контроль	Устный опрос	0,2	20	Устный опрос осуществляется на занятиях, посвященных изучению тем в рамках разделов 1 и 2 плана практических занятий. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Студенту задаются четыре теоретических вопроса. Порядок начисления баллов за ответ на теоретический вопрос: 1) использование правовых норм действующего законодательства при ответе (максимум – 1 б.): ответ основан на действующем законодательстве – 1 б.; ответ основан на устаревшем законодательстве – 0 б.; 2) знание современных точек зрения по проблеме (максимум – 2 б.): при ответе на теоретический вопрос отражены 3-и и более точек зрения на проблему – 2 б.; при ответе отражены две и менее точек зрения на проблему – 1 б.; ответ не отражает знание проблем правового регулирования – 0 б.; 3) содержание ответа на теоретический вопрос – максимум 2 б.: раскрыты все аспекты вопроса (например, понятие, признаки, принципы, субъекты и т.д.) – 1 б.; вопрос раскрыт частично – 1 б.; вопрос не раскрыт (нет ответа) – 0 б. За ответ на каждый теоретический вопрос обучающийся может получить 5 б.	зачет

						Всего за ответ на все 4 вопроса можно получить 20 баллов	
7	3	Текущий контроль	Тестирование по разделу 1, темам 1-3 дисциплины	0,2	20	Обучающийся самостоятельно решает тест в курсе в Электронном ЮУрГУ в период после заключительного практического занятия, предусмотренного программой дисциплины до проведения зачета. Оценивание результатов устного опроса происходит с учетом балльно-рейтинговой системы оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Тест состоит из 20 вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 20 минут. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Максимальное количество баллов за решение тестовых заданий - 20.	зачет
8	3	Текущий контроль	Тестирование по разделу 2, темам 3-5 дисциплины	0,2	20	Обучающийся самостоятельно решает тест в курсе в Электронном ЮУрГУ в период после заключительного практического занятия, предусмотренного программой дисциплины до проведения зачета. Оценивание результатов устного опроса происходит с учетом балльно-рейтинговой системы оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Тест состоит из 20 вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 20 минут. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Максимальное количество баллов за решение тестовых заданий - 20	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. Зачет выставляется обучающемуся на основании сформированного рейтинга по мероприятиям текущего контроля - 60 % и более за контрольно-рейтинговые мероприятия по дисциплине. Прохождение итогового тестирования с достижением по нему результата не менее 80 % обязательно. При желании обучающегося повысить рейтинг по дисциплине зачет проводится в форме устного собеседования – из перечня вопросов для подготовки к зачету	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	студенту задаются 2 вопроса (один из 1 раздела, один – из второго). Время на подготовку – 20 минут, при подготовке к ответу запрещено пользоваться любыми материалами. Время на ответ (по каждому вопросу) – максимум 5 минут. Полный, развернутый и правильный ответ на каждый вопрос – 2 балла, Частично правильный ответ – 1 балл, Неверный ответ/отсутствие ответа – 0 баллов. Максимальный балл за мероприятие промежуточной аттестации - 4 балла	

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ						
		1	2	3	4	5	7	8
ПК-4	Знает: - основные источники правового регулирования в сфере маркетинговой деятельности; - основные требования нормативно-правовых актов, предъявляемые к хозяйствующим субъектам в условиях конкуренции на рынке	+	+	+			+	+
ПК-4	Умеет: - разрабатывать и оценивать маркетинговую деятельность соответствии с основными требованиями нормативно-правовых актов	+	+	+	+		+	+
ПК-4	Имеет практический опыт: - анализа нормативно-правовых актов, содержащих обязательные требования к осуществлению маркетинговой деятельности	+		+	+			
ПК-5	Знает: - основные требования нормативно-правовых актов, предъявляемые к созданию и деятельности корпораций и иных хозяйствующих на рынке субъектов	+				+		
ПК-5	Умеет: - анализировать механизм взаимодействия организации с государственными органами, контрагентами и потребителями с позиции соответствия действующему законодательству; - выявлять тенденции развития политико-правовой, социально-экономической ситуации и оценивать их влияние на деятельность организации	+			+	+		
ПК-5	Имеет практический опыт: - выработки планов по взаимодействию с государственными органами, потребителями и контрагентами в рамках действующего законодательства на основе учебных кейсов	+			+			

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Предпринимательское право [Текст] учебник для вузов по направлению "Юриспруденция" (степень "бакалавр") И. В. Ершова и др.; отв. ред. И. В. Ершова, Г. Д. Отнюкова ; Моск. гос. юрид. ун-т им. О. Е. Кутафина (МГЮА). - М.: Проспект, 2016. - 624 с.
2. Предпринимательское право [Текст] учебник для вузов по направлению 40.03.01 "Юриспруденция" (бакалавриат) В. Г. Голубцов и др.; отв. ред. В. В. Кванина. - Ростов н/Д.: Феникс, 2018. - 428 с.
3. Кванина, В. В. ЮУрГУ Защитные институты в сфере предпринимательской и профессиональной деятельности [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности (030501) "Юриспруденция" В. В. Кванина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 162, [1] с.

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Методические указания по изучению дисциплины "Правовое обеспечение маркетинговой деятельности" 38.04.02 Стратегический и инновационный маркетинг

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Ершов, В.А. Основы торгового права ЕС. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : ГроссМедиа, 2010. — 184 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/9091 — Загл. с экрана.
2	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Иванов, В.А. Основы торгового права России. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Норма, 2018. — 200 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/9091 — Загл. с экрана.

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Project(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)
2. -База данных ВИНИТИ РАН(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Зачет,диф.зачет	442 (2)	1) комплект мебели по количеству обучающихся; 2) комплекты раздаточного материала (задания к практическим занятиям, образцы договоров, тесты) по количеству обучающихся
Лекции	442 (2)	1) комплект мебели по количеству обучающихся; 2) комплекты раздаточного материала (задания к практическим занятиям, образцы договоров, тесты) по количеству обучающихся
Практические занятия и семинары	442 (2)	1) комплект мебели по количеству обучающихся; 2) комплекты раздаточного материала (задания к практическим занятиям, образцы договоров, тесты) по количеству обучающихся