

*Список вопросов к экзамену*

1. Источники маркетингового законодательства.
2. Предпосылки становления маркетингового права в РФ.
3. Понятие маркетингового права.
4. Маркетинг как объект правового регулирования.
5. Содержание маркетингового права.
6. Понятие системы управления.
7. Социальное управление: общественное и государственное.
8. Цели и функции управления.
9. Принципы организации деятельности органов государственного управления.
10. Органы государственного управления.
11. Понятие сделки.
12. Договор. Публичный договор. Внедоговорные обязательства.
13. Система договорных отношений, регулирующих маркетинговую деятельность.
14. Расчетные правоотношения.
15. Кредитные правоотношения.
16. Объекты интеллектуальной собственности.
17. Нематериальные активы предприятия – как объект интеллектуальной собственности.
18. Защита авторских прав.
19. Понятие патентного права.
20. Особенности функционирования рынка интеллектуальной собственности.
21. Средства индивидуализации коммерческой деятельности, товаров, работ, услуг.
22. Средства защиты прав владельцев средств индивидуализации коммерческой деятельности.
23. Передача прав собственности: уступка прав, лицензионный договор, франчайзинг.
24. Понятие коммерческой тайны предприятия.
25. Сведения предприятия, относящиеся к коммерческой тайне.
26. Сведения предприятия, которые не могут составлять коммерческую тайну.
27. Меры по обеспечению безопасности коммерческой тайны предприятия.
28. права обладателя коммерческой тайны и работодателя.
29. Понятие конкуренции, конкурентных отношений.
30. Антимонопольное законодательство.
31. Антимонопольные органы и их полномочия.
32. Состав монополистической деятельности.
33. Недобросовестная конкуренция.
34. Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства.
35. Правовое регулирование естественных и государственных монополий.
36. Товарный рынок: понятия, функции, структура и инфраструктура.
37. Упаковка товара в правовом аспекте.
38. Правовое регулирование качества.
39. Стандартизация продукции.
40. Понятие и значение метрологии.
41. Понятие и правовое обеспечение сертификации продукции.
42. Правовые аспекты позиционирования товара.
43. Правовое регулирование товарного ассортимента.
44. Правовые аспекты обеспечения процесса товароведения.
45. Правовое регулирование сервиса как элемента конкурентоспособности.
46. Понятие и виды цен.
47. Предмет и характер правового регулирования цен.
48. Порядок установления и применения регулируемых цен.
49. Ответственность за нарушение порядка ценообразования.
50. Основные понятия рекламы, права и обязанности участников рекламной деятельности.
51. Правовое регулирование рекламной деятельности.
52. Правовое положение участников рекламной деятельности.
53. Нормативно – правовые требования к рекламе.
54. Правовое регулирование продвижения продукции на ярмарках и выставках.
55. Государственный контроль в области рекламы.
56. Международные правила в области маркетинговых коммуникаций.
57. Закон о защите прав потребителей, основные понятия и принципы, сфера действия.
58. Последствия нарушения законодательства о защите прав потребителей.
59. Правовое положение ТПП.
60. Торги как инструмент товародвижения. Правовое регулирование.

*Примерный список рефератов (докладов, эссе)*

1. Маркетинговые правоотношения

2. Ненадлежащая реклама и ответственность
3. Понятие и виды каналов товародвижения в маркетинге
4. Конкурентоспособность товара
5. Правовое обеспечение функционирования коридоров товародвижения
6. Правовая регламентация свободных рыночных цен
7. Государственный контроль в области рекламы
8. Правовые требования к рекламе
9. Понятие и правовое обеспечение сертификации продукции
10. Правовое положение участников рекламной деятельности
11. Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций
12. Правовое регулирование продвижения продукции на ярмарках и выставках
13. Простое товарищество как форма вертикальной маркетинговой системы каналов сбыта договорного типа
14. Товарный знак: понятие и правовая охрана
15. Упаковка в маркетинговом и правовом аспектах
16. Общая характеристика товара в системе маркетинга
17. Предмет, метод и система маркетингового права
18. Маркетинг как объект правового регулирования
19. Источники маркетингового права
20. Маркетинговые правоотношения
21. Принципы маркетингового права
22. Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций
23. Субъекты маркетинговых правоотношений
24. Объекты маркетинговых правоотношений
25. Юридические факты- основания возникновения маркетинговых правоотношений
26. Правовые отношения субъектов с органами государственной власти и управления
27. Правовые требования к рекламе
28. Правовое положение участников рекламной деятельности
29. Государственный контроль в области рекламы
30. Понятие и виды ненадлежащей рекламы
31. Ответственность за ненадлежащую рекламу
32. Конкурентоспособность товара
33. Понятие и правовое обеспечение сертификации продукции
34. Понятие стандартизации и ее правовое регулирование
35. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о сертификации и требования государственных стандартов
36. Товарный знак: понятие и правовая охрана
37. Правовые основы наименования места происхождения товара
38. Система государственного регулирования цен
39. Правовая регламентация свободных рыночных цен
40. Юридическая ответственность за нарушения законодательства, регулирующего ценообразование
41. Понятие и виды каналов товародвижения в маркетинге
42. Договор поручения
43. Договор комиссии
44. Простое товарищество как форма вертикальной маркетинговой системы каналов сбыта договорного типа
45. Правовое регулирование агентирования
46. Договор коммерческой концессии (франчайзинга)
47. Защита прав потребителей при продаже товаров
48. Защита прав потребителей при выполнении работ (оказании услуг)
49. Государственная и общественная защита прав потребителей
50. Договор на выполнение маркетинговых исследований
51. Маркетинговый договор
52. Права и обязанности сторон по маркетинговому договору
53. Ответственность контрагентов по договорам маркетинга и маркетинговых исследований
54. Договор купли-продажи (понятие, существенные условия)
55. Способы обеспечения обязательств (понятие, признаки, виды)
56. Правовой статус коммерческих организаций
57. Порядок заключения гражданско-правового договора
58. Условия действительности гражданско-правового договора
59. Изменение и прекращение договорных обязательств
60. Содержание, ответственность по договору коммерческой концессии
61. Недействительность гражданско-правовых договоров и их последствия