

МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра «Маркетинг и менеджмент»

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Методические рекомендации к практическим занятиям
для студентов специальности
1-28 01 02 «Электронный маркетинг»
очной и заочной форм обучения*



Могилев 2021

УДК 339.138
ББК 65.290-2
П68

Рекомендовано к изданию
учебно-методическим отделом
Белорусско-Российского университета

Одобрено кафедрой «Маркетинг и менеджмент» «30» августа 2021 г.,
протокол № 1

Составитель ст. преподаватель Е. Н. Шеробурко

Рецензент канд. экон. наук, доц. М. С. Александренок

Приведены рекомендации к проведению практических занятий по дисциплине «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» для студентов специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг» очной и заочной форм обучения.

Учебно-методическое издание

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ответственный за выпуск А. В. Александров

Корректор И. В. Голубцова

Компьютерная верстка Е. В. Ковалевская

Подписано в печать . Формат 60 × 84 /16. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс.
Печать трафаретная. Усл. печ. л. . Уч.-изд. л. . Тираж 56 экз. Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:
Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования
«Белорусско-Российский университет».

Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/156 от 07.03.2019.

Пр-т Мира, 43, 212022, г. Могилев

© Белорусско-Российский
университет, 2021

Содержание

1 Понятие, предмет и принципы правового регулирования маркетинговой деятельности.....	4
2 Источники правового регулирования маркетинговой деятельности.....	6
3 Правовые основы механизма государственного регулирования маркетинговой деятельности.....	8
4 Правовой статус субъектов маркетинговой деятельности.....	9
5 Защита прав потребителей.....	12
6 Правовое регулирование конкурентной среды.....	16
7 Маркетинговые договоры в системе хозяйственных связей.....	20
8 Правовое регулирование рекламы в системе маркетинговой деятельности.....	24
9 Правовое обеспечение сферы информационных услуг.....	26
10 Правовое регулирование ценообразования в маркетинге.....	27
11 Правовая охрана средств индивидуализации участников маркетинговой деятельности и производимых ими товаров и услуг.....	28
12 Правовая охрана коммерческой тайны в маркетинговой деятельности.....	32
Список литературы.....	33
Приложение А.....	34

1 Понятие, предмет и принципы правового регулирования маркетинговой деятельности

Вопросы для обсуждения

1 Рынок как условие и объективная экономическая основа маркетинга. Рынок как объект правового регулирования.

2 Понятие и определение маркетинга. Виды маркетинга. Понятие маркетинговой деятельности. Маркетинг как объект правового регулирования.

3 Правовое регулирование маркетинговой деятельности как комплексный правовой курс.

4 Системный подход к правовому регулированию маркетинговой деятельности.

5 Понятие правового регулирования маркетинговой деятельности и его предмет. Понятие и предмет маркетингового права.

6 Маркетинговые правоотношения.

7 Место правового регулирования маркетинга в системе отраслей права.

8 Основные принципы регулирования маркетинговой деятельности.

9 Особенности правового механизма маркетинговой деятельности на современном этапе развития Республики Беларусь.

Задания

1 При изучении системы белорусского права студентам было предложено привести в качестве примера институт права. Среди названных оказались институты: государства и права; права собственности; гражданства; экономики и права; дисциплинарной ответственности; авторского права.

Каково Ваше мнение по этому вопросу?

2 Одним из принципов юридической ответственности является законность, суть которой состоит в требовании строгой и точной реализации правовых предписаний (привлекать к юридической ответственности могут только уполномоченные на это органы в строго установленном законом порядке и на предусмотренных законом основаниях).

Назовите другие принципы юридической ответственности и дайте их толкование.

3 Маркетолог Петров отсутствовал на своем рабочем месте без уважительной причины в течение пяти часов. В связи с этим директор агентства издал приказ об объявлении выговора Петрову, а спустя два дня на том же основании уволил его.

Какой общий принцип юридической ответственности был нарушен в отношении Петрова?

Тест

1 Понятие «право» в объективном смысле означает:

- а) правила поведения людей в общественных местах;
- б) совокупность общеобязательных правил поведения, исходящих от государства и охраняемых им от нарушений;
- в) результат осознания лицом возможности поступать тем или иным образом;
- г) то, чем человек может свободно распоряжаться под защитой государства без чьего-либо вмешательства.

2 Верны ли следующие суждения:

- а) право как нормативное предписание обязательно для всех, кому оно адресуется;
- б) нормы права обеспечиваются возможностью государственного принуждения при их нарушении:
 - 1) верно только а;
 - 2) верно только б;
 - 3) верны оба суждения;
 - 4) оба суждения неверны.

3 Регулятивная функция права заключается в том, что право:

- а) обязательно для исполнения;
- б) защищает основы государственного строя;
- в) вводит в общественное сознание набор сведений о необходимых принципах и правилах поведения;
- г) является способом воздействия на отношения между людьми.

4 Назовите отрасли, входящие в правовую систему Республики Беларусь:

- а) гражданское право;
- б) международное гуманитарное право;
- в) образовательное право;
- г) маркетинговое право.

5 Обстоятельства объективной действительности, с которыми закон связывает возникновение, изменение или прекращение правоотношений, относятся к понятию:

- а) субъекты правоотношений;
- б) юридические факты;
- в) содержание правоотношений;
- г) права и обязанности сторон.

6 Выберите верный вариант ответа:

- а) любое правонарушение – это преступление;
- б) любое преступление – это правонарушение;
- в) верного ответа нет;
- г) верны оба ответа.

2 Источники правового регулирования маркетинговой деятельности

Вопросы для обсуждения

1 Общая характеристика Гражданского кодекса Республики Беларусь.

2 Кодексы Международной торговой палаты, регулирующие маркетинговую деятельность, – правовая основа саморегулирования маркетинговой деятельности.

3 Указы Президента Республики Беларусь, Законы Республики Беларусь, Постановления Правительства Республики Беларусь, других республиканских органов исполнительной власти в области конкуренции, добросовестной деловой практики, товарных знаков, защиты прав потребителей, антимонопольной деятельности, рекламы и других аспектов маркетинговой деятельности, в том числе в области электронного маркетинга.

4 Законы Республики Беларусь и другие нормативные акты, регулирующие маркетинговые отношения, в т. ч. в области электронного маркетинга.

5 Особенности маркетингового законодательства.

6 Соотношение императивных, диспозитивных, договорно-отсылочных и дозволильных норм в маркетинговом законодательстве.

7 Деловой оборот и его правила и ограничения.

8 Деловой оборот в маркетинговых отношениях.

Задания

1 *Что из нижеперечисленного можно отнести к подзаконным нормативным актам:*

- а) Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей»;
- б) Декрет Президента Республики Беларусь;
- в) Конституция Республики Беларусь;
- г) Постановление Правительства Республики Беларусь;
- д) приказ Министра экономики Республики Беларусь.

2 *Укажите, когда вступают в силу следующие нормативные акты:*

- а) Закон Республики Беларусь;
- б) Указ Президента Республики Беларусь;
- в) Постановление Правительства Республики Беларусь.

3 Как известно, юридические факты, с которыми норма права связывает возникновение, изменение либо прекращение правоотношений, классифицируются по разным основаниям, в том числе и по волевому признаку (это могут быть события и действия).

К каким видам юридических фактов по данному основанию относятся:

- а) разработка вирусного программного обеспечения;
- б) хулиганское поведение пользователей социальных сетей;

- в) затопление во время весеннего паводка помещения IT-компании;
- г) пожар в офисе IT-компании от удара молнии;
- д) пропаганда насилия в интернете;
- е) поступление абитуриента в высшее учебное заведение.

На какие виды, с точки зрения закона, подразделяются указанные действия?

4 Вова Иванов, 10-летний мальчик, разработал компьютерную вредоносную программу. Программа уничтожила данные клиентов крупной банковской организации.

Имеется ли в действиях Вовы Иванова состав правонарушения? Кто может быть субъектом правонарушения?

Тест

1 Что является наиболее древним источником права?

- а) обычай;
- б) закон;
- в) судебный прецедент;
- г) правовая доктрина.

2 Нормативный правовой акт – это:

- а) любой документ, в котором содержатся правила поведения;
- б) акт компетентного органа или должностного лица;
- в) документ правотворческого органа, в котором содержатся правовые нормы;
- г) акт правоприменительного органа.

3 Как называются нормы права, которые требуют совершения определенных действий:

- а) управомочивающие;
- б) регулятивные;
- в) обязывающие;
- г) охранительные.

3 Правовые основы механизма государственного регулирования маркетинговой деятельности

Вопросы для обсуждения

1 Задачи государственного регулирования маркетинга в условиях рыночных отношений.

2 Механизм государственного регулирования маркетинговой деятельности: понятие, состав, методы регулирования.

3 Основные принципы государственного регулирования маркетинга.

4 Соотношение правовых и социальных норм в регулировании маркетинговой деятельности.

5 Роль органов законодательной и исполнительной власти в регулировании маркетинга: в определении торговой политики; при защите прав потребителей; в других аспектах хозяйственной жизни Республики Беларусь.

6 Роль государственного контроля в условиях становления потребительского рынка в Республике Беларусь: в сфере торговли; при производстве товаров народного потребления; при обеспечении безопасности товаров и услуг; в области усиления гарантий в защите прав потребителей.

Задания

1 Приведите конкретные примеры, где объектами государственного управления выступают: физическое лицо; юридическое лицо; объединение юридических лиц; область жизнедеятельности общества и государства.

2 В соответствии с актом проверки государственным инспектором стандартизации, метрологии и сертификации унитарному предприятию выдано предписание о запрещении реализации воды минеральной, вин молдавских из-за уклонения от предъявления продукции для проверки. Это предписание предприятие нарушило и государственным инспектором было вынесено постановление о наложении на ответчика штрафа в размере стоимости реализованной продукции (20 тыс. р.).

При рассмотрении возникшего в связи с наложением штрафа спора предприятие, обосновывая неправомерность примененной меры экономической ответственности, ссылалось на то, что имело сертификаты соответствия на вышеуказанную продукцию и было вправе осуществить ее реализацию. По мнению органа государственного надзора за стандартами и средствами измерений, данное обстоятельство не может служить основанием для освобождения унитарного предприятия от ответственности, поскольку штрафные санкции предъявлены не за реализацию продукции без сертификата, а за нарушение предписания государственного инспектора.

Дайте характеристику правовых средств обеспечения качества товаров, работ, услуг в хозяйственных отношениях. Назовите правовые формы стандартизации. Какие цели преследует оценка соответствия качества товаров, работ, услуг требованиям нормативных технических правовых документов? Решите спор.

3 Гражданин Витковский решил заняться консалтинговой деятельностью и обратился в райисполком с заявлением о регистрации его в качестве предпринимателя. Однако исполком в регистрации отказал со ссылкой на то, что данный вид предпринимательской деятельности подлежит лицензированию. Витковский обратился за получением лицензии в Министерство связи и информатизации Республики Беларусь, которое отказало ему в этом по мотиву заполненности рынка.

Дайте правовую оценку действиям исполнительного комитета и Министерства связи и информатизации Республики Беларусь. Как следует поступить Витковскому?

4 Супруги Петровы намереваются создать унитарное частное предприятие по осуществлению рекламной деятельности.

В чем заключается роль государства при реализации супругами своего права?

5 Предприятия-монополисты решили объединить свои усилия для продвижения на российский рынок произведенной ими на территории Республики Беларусь кондитерской продукции. С этой целью они договорились создать «Союз маркетологов». Регистрирующий орган потребовал предоставления надлежащим образом оформленного согласия антимонопольного органа на создание такого союза.

В чем заключается в данном случае государственное регулирование хозяйственной деятельности?

4 Правовой статус субъектов маркетинговой деятельности

Вопросы для обсуждения

1 Понятие и виды субъектов маркетинговой деятельности.

2 Классификация субъектов маркетинговой деятельности по формам собственности, по целям деятельности, по организационно-правовым формам, по задачам и функциям.

3 Организационно-правовые формы юридических лиц – субъектов маркетинговой деятельности, их правовая характеристика.

4 Общие условия создания и прекращения деятельности юридических лиц – субъектов маркетинговой деятельности.

5 Предпринимательская деятельность физических лиц в сфере маркетинга.

6 Порядок и условия участия физических лиц – индивидуальных предпринимателей в маркетинговой деятельности.

7 Структурные подразделения маркетинга как специальные участники маркетинговой деятельности.

8 Права и обязанности субъектов маркетинга.

9 Законодательство, регулирующее правовое положение субъектов маркетинговой деятельности.

Задания

1 Составьте схему типологии предприятий: по размерам, выполняемым функциям, структуре.

2 Являются ли субъектами предпринимательской деятельности:

а) Могилевская область;

- б) молодежное общественное объединение «Хакер»;
- в) политическая партия;
- г) акционерное общество;
- д) душевнобольной;
- е) управление горисполкома;
- ж) собрание жителей населенного пункта;
- з) совершеннолетний гражданин (иностранец).

Обоснуйте свои ответы. Дайте определение предпринимательской правоспособности и дееспособности.

3 В течение нескольких лет гражданин Волков в домашних условиях, используя принадлежащую ему на праве собственности компьютерную технику, занимался копированием и тиражированием художественных фильмов. Полученные копии он реализовывал через своего знакомого Ерохова, имея от этого доход. Узнав о данном факте, инспекция Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь предъявила Волкову требование об изъятии полученных доходов, т. к. считала, что гражданин осуществлял предпринимательскую деятельность без государственной регистрации. Волков с требованиями налоговой инспекции согласился.

Оцените правомерность требований инспекции Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь.

4 Граждане Кораблев и Петров приняли решение 27 декабря 2019 г. ликвидировать предприятие, занимавшееся разработкой игр, учредителями которого они являлись. Однако их ООО «С» было исключено из Единого регистра только 1 марта 2020 г.

1 февраля 2020 г. банк предъявил требование к ООО «С» о выплате процентов по ранее выданному кредиту. Кораблев и Петров возражали против искового требования на том основании, что их предприятия больше не существует.

Оцените доводы Кораблева и Петрова.

Изменится ли ответ, если банк предъявил требование 28 февраля 2020 г.?

5 Юридическое лицо ликвидируется по решению его учредителей. Ликвидационная комиссия поместила в газете «Рэспубліка» информацию о ликвидации юридического лица, порядке и сроках заявления требований его кредиторами. По окончании двух месяцев ликвидационная комиссия составила промежуточный ликвидационный баланс, который содержал сведения о составе имущества ликвидируемого юридического лица и перечень предъявляемых кредиторами требований.

Ликвидационная комиссия выявила кредиторов. Оказалось, что ликвидируемое юридическое лицо имеет задолженность: по обязательным платежам в бюджет; по выплате выходных пособий; по оплате труда работающих по трудовому договору; по обязательствам, обеспеченным залогом имущества ликвидируемого юридического лица; по оплате товара по договору поставки; по арендной плате.

Установите очередность удовлетворения требований кредиторов.

6 Унитарное предприятие обратилось в экономический суд с иском о взыскании 100 млн р. штрафа с ООО «А» за задержку устранения недостатков комплекса мультимедийного оборудования, выявленных в период гарантийного срока их эксплуатации. Договор на поставку этого оборудования был заключен истцом с ЗАО «Б». Позже создается ООО «А», которому в соответствии с приказом по Министерству промышленности и было передано ЗАО «Б», выполняющее работы по разработке комплекса мультимедийного оборудования для унитарного предприятия. ООО «А», ответчик по делу, иска не признал, ссылаясь на то, что оно создано после окончания строительства, что ответчик договора не заключал и строительства не производил.

Какое решение должен вынести экономический суд?

7 Унитарное государственное предприятие купило у иностранной фирмы несколько уникальных 3D-принтеров для использования в процессе реконструкции предприятия. Оно оплатило только 50 % стоимости 3D-принтеров и имеет дебиторскую задолженность. Представитель иностранной фирмы спрашивает, можно ли изыскать в судебном порядке оставшуюся стоимость принтеров с Министерства, в состав которого входит унитарное предприятие, или с Правительства Республики Беларусь.

Дайте ему ответ.

Изменится ли ответ, если бы принтеры приобрело казенное предприятие?

Изменится ли решение, если бы принтеры купило торговое представительство Министерства иностранных дел?

8 Перечислите необходимые документы и порядок регистрации:

- индивидуальных предпринимателей;
- юридических лиц.

9 При отчуждении ЧУП «Альфа» между продавцом и покупателем возник спор по поводу имущества, которое должно быть передано покупателю. Продавец предложил исключить из состава имущества ЧУП «Альфа» право на фирменное наименование и право на товарный знак. В свою очередь покупатель предложил исключить из состава ЧУП «Альфа» его долги.

Какие виды имущества входят в состав частного унитарного предприятия? Как может быть разрешен данный спор?

10 Унитарное предприятие «Успех» и доктор технических наук Иванов подали в исполком заявление о регистрации общества с ограниченной ответственностью «Аква» с уставным фондом 15 тыс. р. Согласно учредительным документам доля УП «Успех» в уставном фонде составляла 12 тыс. р. с внесением за счет кредита банка, вклад Иванова определялся в виде предоставления права использования изобретения и оценивался учредителями в 3 тыс. р.

Исполком в регистрации ООО отказал, сославшись на несоответствие учредительных документов нормам о формировании уставного фонда.

Назовите источники формирования имущества субъектов хозяйственной деятельности.

Дайте юридическую оценку решения исполкома.

11 Группа граждан в составе 9 человек создает общество с дополнительной ответственностью. В процессе обсуждения вопроса о создании общества среди учредителей возникли разногласия. Некоторые из них готовы принять на себя дополнительную ответственность в трехкратном размере к своему вкладу в уставный фонд, другие согласны определить свою дополнительную ответственность в двукратном размере к своему вкладу, а третьи – в твердой денежной сумме.

Какой должна быть дополнительная ответственность учредителей по долгам ОДО?

Можно ли определить дополнительную ответственность участников ОДО в таком объеме, как они предлагают?

12 Изучите особенности организационно-правовых форм коммерческих юридических лиц, руководствуясь нормами гражданского законодательства. Заполните таблицу А.1.

5 Защита прав потребителей

Вопросы для обсуждения

- 1 Значение норм потребительского права в маркетинговой деятельности.
- 2 Потребительское право.
- 3 Консьюмеризм, консьюмеристское движение.
- 4 Закон о защите прав потребителей.
- 5 Права потребителей в Республике Беларусь.
- 6 Система органов и организаций, осуществляющих защиту прав потребителей.
- 7 Полномочия Министерства антимонопольного регулирования и торговли.
- 8 Полномочия республиканских и коммунальных органов исполнительной власти, которые осуществляют контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг).
- 9 Санкции, налагаемые органами, осуществляющими контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг). Осуществление защиты прав потребителей органами местного самоуправления.
- 10 Права общественных объединений потребителей (их ассоциаций, союзов).
- 11 Прокурорский надзор за соблюдением законодательства о защите прав потребителей.
- 12 Потребительский экстремизм.

Задания

1 Проведите сравнительную оценку систем защиты прав потребителей в древности, в средние века, в советский период и в наши дни. Результаты оформите в письменном виде.

2 Проведите сравнительную оценку систем защиты прав потребителей в Республике Беларусь, в Российской Федерации и в странах дальнего зарубежья. Результаты оформите в письменном виде.

3 Универмаг продал Петрову пианино и принял на себя обязательство доставить его покупателю. При перевозке автомобиль попал под дождь, пианино намочило и было испорчено. Покупатель отказался принять доставленное ему пианино и потребовал возврата денег или доставки другого, исправного инструмента. На свое заявление Петров получил от администрации универмага ответ, в котором указывалось, что Петров, выбрав в магазине пианино и уплатив за него деньги, стал его собственником и поэтому должен нести последствия порчи инструмента.

Петров обратился с иском в суд. В исковом заявлении он просил взыскать с универмага стоимость пианино или взамен предоставить ему холодильник новой модели, поступивший в продажу. Универмаг просил суд обязать Петрова принять купленное им пианино.

В какой момент возникает право собственности у покупателя при продаже вещи с обязательством доставки?

Какие последствия наступают в случае отказа покупателя принять купленную вещь или оплатить ее стоимость?

Имеет ли Петров право отказаться от принятия доставленного пианино и потребовать возврата денег или замены пианино холодильником?

4 16 августа Петров купил в универмаге зимнее пальто и ботинки, предварительно их примерив и внимательно осмотрев. 30 ноября, возвращаясь с работы, он обнаружил, что у одного из новых ботинок от носка отрывается подошва. 10 декабря Петров пошел в универмаг и потребовал вернуть деньги за ботинки. Администрация согласилась принять ботинки обратно, но лишь в обмен на другую пару.

Подлежит ли требование Петрова удовлетворению?

5 Гражданка Соколова отобрала в магазине «Универсам» различные продукты, в т. ч. бутылки с минеральной водой и консервированные бобы в стеклянных банках. При этом она по неосторожности уронила сумку с продуктами и стеклянная посуда разбилась, содержимое вылилось.

В какой момент по договору купли-продажи на покупателя переходит право собственности? На какой из сторон в данном случае лежит риск случайной гибели вещи?

6 Фирма «Мираф» по договору с иностранной фирмой завезла партию кофе, которую передала оптовому покупателю – акционерному обществу «Продторг» для последующей реализации населению через торгующие организации. Областное общество защиты прав потребителей, ссылаясь на то, что кофе не соответствует предъявленным к его качеству требованиям и содержит вредные для организма человека вещества, обратилось в суд к названным фирме, акционерному обществу и постоянным торгующим организациям о признании их действий по продаже кофе ненадлежащего качества противоправными

в отношении неопределенного круга потребителей. Общество также просило суд взыскать с ответчиков 50 тыс. р. во внебюджетный фонд области в возмещение морального вреда, причиненного потребителям.

Какими правами пользуются общества защиты прав потребителей в защите прав потребителей?

Подлежат ли удовлетворению иски о требования областного общества защиты прав потребителей?

7 Титова заказала через интернет-магазин цифровой фотоаппарат. Через 1,5 месяца у него перестала работать подсветка. Фотоаппарат отдали в гарантийную мастерскую, где его отремонтировали 1,5 месяца. В договоре указано, что срок гарантийного обслуживания составляет 30 дней, а если нет в наличии нужных запчастей, срок продлевается на неограниченное время. Вместе с фотоаппаратом продавец забрал у Титовой карту памяти. На звонки продавец отвечал, что нет запчастей, затем – что их привезли, и начался ремонт. Позже Титовой сообщили, что запчасти привезли не для требующейся модели и попросили перезвонить попозже.

Посоветуйте Титовой, что можно сделать в данном случае.

8 На сайте торговой фирмы Савенков прочел информацию о рекламной акции, проводимой данной компанией до 8 марта. Суть акции такова: при покупке товара покупателю в подарок дают диск в любом магазине данной фирмы. 6 марта Савенков купил товар в магазине этой фирмы. На вопрос про диск был получен ответ, что дисков нет (чек покупатель сохранил).

Что должен сделать Савенков в данной ситуации?

9 7.03.2020 г. Харченко приобрела стиральную машину. Фирма-продавец производила ее установку. После установки покупательницу попросили выждать несколько часов, чтобы она нагрелась, и мастер уехал. В режиме отжима в машине начало что-то стучать. Харченко обратилась к продавцу с требованием замены недоброкачественного товара. 10.03.2020 г. приехал мастер фирмы-продавца и после осмотра машины сказал, что все в полном порядке. Аналогичная машина знакомой Харченко такого стука не издает.

Как следует поступить Харченко?

10 Ващенко купил флеш МРЗ-плеер за 48 у. е. в интернет-магазине svetlychok.shop.by. На гарантийный ремонт покупатель отдал его через 6 дней использования.

Гарантийный талон с соответствующей отметкой у Ващенко есть, но на нем написано только svetlychok.shop.by Республика Беларусь г. Минск – на что при покупке Ващенко не обратил внимания, не ожидая возможности такого развития событий.

Неисправность плеера заключалась в том, что песня могла сменяться следующей в течение 1–2 минут. Сначала покупателю сказали, что ремонт будет происходить в течение 7 дней. По истечении недели его попросили перезвонить завтра. Так продолжалось 20 дней. После истечения срока ремонта Ващенко потребовал деньги. Продавец сказал, что деньги он не получит в любом случае

и предложил следующие варианты: отдать плеер на комиссию и ждать пока его кто-либо не купит или забрать за него деньги.

Имеют ли право интернет-магазины осуществлять реализацию товаров за иностранную валюту? Обязательно ли соблюдение законодательства о торговле и защите прав потребителей субъектами электронного бизнеса? Что можно посоветовать потребителю?

11 Покупательница Снегирева приобрела в магазине оттеночный шампунь германского производства. Придя домой, не обнаружила аннотации на русском языке. Снегирева вернулась в магазин и потребовала русский текст к оттеночному шампуню. Продавец сказала, что аннотации на русском языке у нее уже нет: «Были – все раздала».

Объясните права Снегиревой; обязанности и ответственность продавца в данной ситуации.

12 5 месяцев назад Шиманский купил карманный персональный компьютер (КПК) за 1500 р. с гарантией один год. В инструкции было написано, что работы от аккумулятора хватает на 10–12 часов, на самом деле работы хватает на 3–4 часа, и она на аккумуляторе некорректна. Независимо от заряда батареи могут появляться предупреждения о подзарядке. Шиманский обращался к продавцу в течение гарантийного срока, но ему ответили, что гарантия на аккумулятор не распространяется, единственное, что он может, – протестировать КПК или помочь продать по приемлемой цене ниже продажной.

Какие права имеет Шиманский в данном случае; может ли он требовать обратно свои деньги?

13 Карасева приобрела через интернет-магазин сетевой фильтр, у которого спустя 2 месяца сломался выключатель. В гарантийном талоне продавца указано, что гарантия всего полмесяца, а вот в документах на фильтр производитель указал, что гарантия 24 месяца.

Имеет ли право продавец уменьшать срок гарантии, установленный производителем?

14 Покупатель настаивает на обмене телевизора, купленного два месяца назад. Свое требование он мотивирует тем, что телевизор имеет плохое изображение, не подлежащее настройке, о чем подтверждает справка гарантийной мастерской. Продавец не соглашается с требованием покупателя и предлагает ему произвести гарантийный ремонт.

Кто прав в данной ситуации? Ответ обоснуйте.

Если продавец в данной ситуации считает, что недостаток возник вследствие нарушения потребителем правил эксплуатации телевизора, то кто должен доказать этот факт?

15 Покупательница купила механический будильник по цене 130 р. в январе, а в мае принесла его в магазин с просьбой вернуть его стоимость, т. к. в будильнике имеется производственный брак, подтвержденный ремонтной мастерской. Цена будильника на момент возврата 320 р.

Можно ли удовлетворить просьбу покупательницы? Если – да, то какую сумму она должна получить?

16 10 августа Петрова купила в магазине 20 м атласной ленты шириной 18 мм. Через день она пришла в магазин и попросила обменять ленту на кружево, так ей посоветовали в ателье, где она заказала комплект постельного белья. Однако заведующая секцией отказалась удовлетворить требование Петровой.

Права ли заведующая секцией? Ответ обоснуйте.

17 Покупатель купил мужскую сорочку. Через два часа вернулся и попросил взять сорочку назад и вернуть ему деньги. Заведующий секцией отказался вернуть деньги.

Прав ли он? Ваши действия в качестве заведующего секцией.

18 В мастерской по ремонту обуви при замене набойки на модельные туфли Петровой раскололи каблук (трещина 2 см). На ее претензию в устной форме о возврате стоимости за туфли мастер отказала, сказав, что их еще можно носить.

Как заказчица может защитить свои права?

6 Правовое регулирование конкурентной среды

Вопросы для обсуждения

- 1 Значение норм конкурентного права в маркетинговой деятельности.
- 2 Понятие и предмет конкурентного права.
- 3 Основные институты конкурентного права: товарный рынок; конкуренция; недобросовестная конкуренция; доминирующее положение; монополистическая деятельность; группа лиц.
- 4 Антимонопольное законодательство и иные нормативные правовые акты о конкуренции и об ограничении монополистической деятельности на товарных рынках.
- 5 Недобросовестная конкуренция и ее формы.
- 6 Антимонопольный орган: понятие и полномочия.
- 7 Виды государственного антимонопольного контроля.
- 8 Государственный контроль за созданием, реорганизацией, ликвидацией коммерческих и некоммерческих организаций.
- 9 Ответственность за нарушения антимонопольного законодательства, ее виды.
- 10 Обязательность исполнения решений и предписаний антимонопольного органа.

Задания

1 Какие из нижеприведенных примеров можно отнести к нарушениям антимонопольного законодательства и почему:

а) дилерские магазины по продаже автомобилей в одной из областей Республики Беларусь приняли решение о продаже определенной модели автомобилей только по цене в 25 000 р.;

б) несколько юридических фирм договорились о юридическом сопровождении регистрации вновь создаваемых субъектов хозяйственной деятельности на одинаковых условиях, в т. ч. и за одинаковую плату;

в) уполномоченный государственный орган разрешил осуществление экспортно-импортной операции без лицензии при наличии требования в законодательстве о необходимости получения такой лицензии;

г) производитель автомобилей заключил соглашение с дилерами одной из областей Республики Беларусь о том, что он будет предоставлять свою продукцию только тем дилерским магазинам, которые будут придерживаться совместно согласованных цен.

Назовите формы недобросовестной конкуренции. Охарактеризуйте ответственность, предусмотренную законодательством Республики Беларусь, за недобросовестную конкуренцию.

2 Между ЗАО «Унимпэкс» и ООО «Плюс-С» был заключен договор о совместной деятельности, согласно которому основной обязанностью ЗАО «Унимпэкс» было закупать и предоставлять в распоряжение ООО «Плюс-С» сырье и комплектующие материалы для производства пакетов для переливания крови, а обязанностью ООО «Плюс-С» – производить вышеуказанные пакеты.

ООО «Плюс-С» заключило ряд договоров с больницами и другими медицинскими учреждениями, где было указано, что на протяжении двух лет пакеты для переливания крови будут поставляться только ООО «Плюс-С».

Какие виды правомерных монополий предусмотрены законодательством Республики Беларусь? Нарушается ли антимонопольное законодательство действиями ЗАО «Унимпэкс» и ООО «Плюс-С»? Какие меры воздействия на субъектов, нарушающих антимонопольное законодательство, может применить антимонопольный орган?

3 ООО «Альфа» обратилось в антимонопольный орган с ходатайством о получении согласия на приобретение им акций ОАО «Дельта», занимающего доминирующее положение на товарном рынке.

Антимонопольный орган затребовал от ООО «Альфа» информацию об основных видах товаров, поставляемых им на товарный рынок. ООО «Альфа» отказалось предоставить такую информацию, поскольку, по мнению этого общества, она составляет коммерческую тайну организации. Получив отказ, антимонопольный орган не дал согласия на приобретение акций ОАО «Дельта». ООО «Дельта» обратилось в экономический суд с требованием признать решение антимонопольного органа об отказе в даче согласия на покупку акций недействительным.

Разрешите спор. Какое решение должен принять экономический суд?

4 Антимонопольный орган обратился в экономический суд с требованием принять договоры поставки № 1 и 2 недействительными, указав, что условия данных договоров противоречат антимонопольному законодательству. Поставщиком по этим договорам выступало ООО «Вера», которое является на территории Республики Беларусь исключительным производителем ветеринарного оборудования.

Согласно договору поставки № 1 ООО «Вера» поставило ветеринарное оборудование в г. Брест. По договору № 2 ветеринарное оборудование поставлялось в Российскую Федерацию.

Антимонопольный орган указал, что ветеринарное оборудование является продукцией, по которой субъекты хозяйствования самостоятельно определять цены не могут. Более того, ООО «Вера» должно было каждый раз согласовывать с антимонопольным органом цены на данную продукцию, поскольку никто более данным видом деятельности на территории республики не занимается.

ООО «Вера» считает, что законодательства Республики Беларусь не нарушало, а цены устанавливались на основе договоренности с контрагентами, поскольку поставка носила коммерческий характер.

Обоснованы ли требования антимонопольного органа? Какие конкретно органы выступают в этом качестве в Республике Беларусь?

Вправе ли государство устанавливать цены на продукцию в отношении субъектов хозяйствования – монополистов и в каком порядке?

Назовите способы (меры) антимонопольного регулирования.

5 ООО «Баклан» является дилером компании Jost на территории Республики Беларусь. Продукция, производимая фирмой Jost, – офисная мебель, распространяется на территории республики через сеть магазинов ООО «Баклан», которое самостоятельно устанавливает цену на данную продукцию.

Можно ли признать ООО «Баклан» предприятием-монополистом?

Как Вы думаете, является ли заключение договоров об исключительном представительстве на какой-либо территории ограничением конкуренции?

Назовите признаки предприятий, занимающих доминирующее положение на рынке.

6 ООО «Содружество» решило приобрести контрольные пакеты акций четырех белорусских предприятий.

Представитель ООО «Содружество» обратился в юридическую фирму с вопросом о необходимости получения согласия антимонопольного органа до совершения сделки купли-продажи акций.

Также планировалось, что в случае приобретения контрольного пакета акций одно из белорусских предприятий будет производить в будущем этиловый спирт, который будет реализовываться ООО «Содружество».

Дайте квалифицированную консультацию.

В каких случаях необходимо обращаться в антимонопольный орган за получением разрешения и согласия?

7 Рассмотрите нижеприведенные варианты, найдите разницу и квалифицируйте их с точки зрения законодательства о противодействии монополистической деятельности и поддержании конкуренции:

а) размещение рекламы, в которой содержится информация, предлагающая участие в лотерее, с просьбой выслать определенную денежную сумму и указывающая на стопроцентный шанс выигрыша каждому из участников, а также предлагающая приобрести книги по теме «Как стать

богатым» со ссылкой на то, что цены на предлагаемые книги ниже, чем у любых других организаций;

б) рассылка такой рекламы по конкретным адресам;

в) публикация в газете, которая повторяет полностью вышеуказанную информацию.

Будет ли иметь место нарушение в случае, если предлагается бесплатное путешествие в какой-то город, однако во время экскурсии сообщается об обязательном посещении магазина компании-организатора экскурсии, где будут представлены ее последние разработки?

8 На определенной территории основными производителями и основными конкурентами безалкогольных напитков являлись три акционерных общества. Перед очередным общим собранием акционеров одного из таких обществ «Х» представители двух других производителей безалкогольных напитков предложили акционерам «Х» выкупить у них акции по очень выгодным ценам, от чего многие из акционеров «Х» не смогли отказаться. В результате более 80 % всех акций общества «Х» перешли в распоряжение двух других конкурентов, которые, воспользовавшись правом определения повестки дня общего собрания, внесли вопрос о прекращении деятельности общества «Х». После этого общество было ликвидировано.

Акционеры, обладавшие 20 % голосов и голосовавшие против прекращения ликвидации общества, обратились в юридическую консультацию с вопросом о возможности отмены решения общего собрания. По их мнению, здесь усматриваются нарушения законодательства и приобретение акций двумя другими конкурентами осуществлялось только лишь с одной целью – в последующем устранить конкурента.

Дайте квалифицированную консультацию.

9 ООО «Сладость» занимается производством кондитерских изделий на территории г. Минска. Продукция этого общества пользуется большим спросом, объемы продаж постоянно растут, большинство торговых предприятий заинтересованы в том, чтобы их ассортимент содержал и кондитерские товары ООО «Сладость». В начале 2019 г. на прилавках магазинов стали появляться аналогичные изделия предприятия из г. Жодино. ООО «Сладость» разослало всем своим контрагентам, с которыми были заключены договоры на поставку кондитерских изделий, информацию о том, что если они будут закупать аналогичные изделия у предприятия из г. Жодино, то ООО «Сладость» будет вынуждено прекратить поставки своей продукции.

Рассмотрите данную ситуацию.

10 Фирма «Компакт», оказывающая услуги по ремонту бытовой техники, разместила в городских газетах свое объявление, в котором указала, что только фирма «Компакт» имеет квалифицированный персонал и лицензионное программное обеспечение, необходимое для качественного ремонта бытовой техники. В объявлении не упоминались конкретные фирмы – конкуренты «Компакт», однако говорилось, что искусственное занижение цены на работы по ремонту и обслуживанию бытовой техники свидетельствует о низкой

квалификации персонала и приводит к преждевременному износу техники при эксплуатации.

В антимонопольный орган обратилась фирма «Электрон», которая также оказывает услуги по ремонту бытовой техники, с заявлением о необходимости признания недобросовестной конкуренции, поскольку объявление содержит не соответствующие действительности сведения и порочит деловую репутацию фирмы «Электрон», являющейся конкурентом фирмы «Компакт» на региональном рынке.

Антимонопольный орган отказал фирме «Электрон» в возбуждении дела по признакам нарушения законодательства о конкуренции, поскольку в объявлении фирма «Электрон» прямо не называлась и не говорилось о том, что она некачественно оказывает услуги. Фирма «Электрон» обратилась в арбитражный суд за защитой своих прав.

Какое решение может вынести суд? Являются ли действия фирмы «Компакт» недобросовестной конкуренции?

7 Маркетинговые договоры в системе хозяйственных связей

Вопросы для обсуждения

- 1 Договор – правовая форма хозяйственных связей маркетинговой деятельности.
- 2 Понятие свободы договора в условиях рыночных отношений.
- 3 Условия договора.
- 4 Порядок заключения договоров. Оферта и акцепт, условия их отзыва.
- 5 Форма, сроки, способы и место заключения договора.
- 6 Основания изменения и расторжения договоров. Правовые последствия изменения и расторжения договора.
- 7 Виды договоров, заключаемых субъектами маркетинговой деятельности.
- 8 Особенности заключения договоров на оптовых ярмарках, товарных биржах, торгах.
- 9 Управление договорной работой как функциональная подсистема маркетинга, в т. ч.: понятие, принципы, планирование договорной работы, организация учета и анализа выполнения договоров.
- 10 Критерии эффективности договорной работы.
- 11 Специфика внедоговорных обязательств в маркетинговой деятельности.

Задания

1 По договору аренды было передано помещение для размещения офиса IT-компании. Арендатор сделал капитальный ремонт помещения, поменял окна, оборудовал систему кондиционирования помещения. Руководство арендодателя не препятствовало ремонту: рабочие с согласия администрации арендодателя допускались в здание для осуществления ремонта, все необходимое

оборудование для ремонта на ночь размещалось в подсобных помещениях арендодателя. После окончания срока действия договора арендатор просил арендодателя возместить стоимость произведенных улучшений. Арендодатель отказался от оплаты.

Решите дело.

2 Лосев заключил с Комаровым и Рыжковым договор, по которому последние за вознаграждение обязались создать сайт предприятия: Комаров – разработать дизайн, а Рыжков – разработать программное обеспечение. Комаров дизайн разработал. Рыжков приступил к разработке программного обеспечения, затем бросил работу и больше не появлялся. Лосев отказался уплатить Комарову за разработку дизайна сайта вознаграждение до тех пор, пока он не разработает также и программное обеспечение. Лосев мотивировал это тем, что на выполнение работ с обоими работниками был заключён один договор. Поэтому, если Рыжков свою часть договора не исполнил, сделать это за него должен Комаров. Последний возразил, что по договору он обязался только разработать дизайн сайта, и поскольку свою обязанность он выполнил, Лосев должен уплатить ему деньги.

Обосновано ли требование Лосева к Комарову и Комарова к Лосеву?

3 Весной текущего года продавец компьютерного оборудования А. продал техническому колледжу 120 компьютеров. Покупатель произвел приемку товара. 30 компьютеров были вывезены на склад колледжа, а 90 оставлено на крытой площадке во дворе продавца. В последующие дни пошли дожди, наступило резкое похолодание и заморозки, в результате чего все оставшееся во дворе оборудование оказалось испорченным. Колледж предъявил к А. требование заменить 90 испорченных компьютеров или возратить предварительную оплату. Продавец отказал в удовлетворении предъявленных требований. Тогда колледж обратился в суд.

Охарактеризуйте нормы, регулирующие момент возникновения права собственности у приобретателя имущества по договору. Какое решение должен вынести суд?

4 Экономический суд Минской области признал офертой прайс-лист, который был направлен заводом-изготовителем радиотехнической продукции закрытому акционерному обществу. На его основании общество направило заявку заводу, которую завод принял к исполнению. Суд пришел к выводу, что товар поставлен по заявке на основании публичного договора, признав прайс-лист офертой, а заявку – акцептом.

Верное ли решение вынес суд?

5 ООО «Лига» предъявило Витебскому КУП «Светоч» иск об устранении препятствий в пользовании арендованным у ответчика по договору аренды имуществом и взыскании возникших в этой связи убытков, а также о расторжении договора. Причиной такого требования послужило то, что представители арендодателя (унитарного предприятия) практически каждую неделю приходили в арендуемые помещения, хотя в договоре аренды был пункт

о допуске представителей арендодателя с предварительным уведомлением арендатора, чего арендодатель не делал. Также арендодатель постоянно использовал помещения для своих нужд без уведомления арендатора. Витебское КУП «Светоч» обратилось со встречным иском о признании данного договора аренды недействительным как не соответствующего требованиям законодательства. В обоснование своих требований по встречному иску ответчик указал, что, сдавая имущество в аренду, он не имел согласия на это его собственника – Витебского горисполкома.

Какое решение может быть принято судом?

6 Государственное унитарное предприятие по договору купли-продажи с обществом с ограниченной ответственностью передало последнему здание, а по договору аренды с торговым домом «Пралеска» – одно из складских помещений. Прокурор обратился с иском в экономический суд о признании этих договоров недействительными ввиду отсутствия согласия на них уполномоченного государственного органа.

Оцените законность требований прокурора.

7 Прокурор обратился в экономический суд с иском о признании недействительным договора между ООО IT-Life и ОАО «Могилевтех». По договору ОАО «Могилевтех» купило у ООО IT-Life принадлежащие ему офисное помещение и персональные компьютеры, причем офисное помещение передало в аренду, а компьютеры – в лизинг. Прокурор указал на отсутствие в Гражданском кодексе Республики Беларусь договора такого рода и на уход от налогообложения.

Стороны ссылались на свое право заключать любые договоры, не противоречащие законодательству.

Какое решение должен вынести суд?

8 Экономический суд Минской области признал офертой прайс-лист, который был направлен заводом-изготовителем радиотехнической продукции закрытому акционерному обществу. На его основании общество отправило заявку заводу, которую тот принял к исполнению. Суд пришел к выводу, что товар поставлен по заявке на основании публичного договора, признав прайс-лист офертой, а заявку – акцептом.

Верное ли решение вынес суд?

9 Между предприятием (арендатор) и акционерным обществом (арендодатель) был заключен договор аренды строения сроком на один год. По истечении этого срока акционерное общество предложило предприятию освободить строение, поскольку договор на новый срок не заключен и помещение необходимо самому акционерному обществу для производственных нужд. В своем ответе предприятие указало, что не имеет возможности освободить строение, а договор считает продленным на тот же срок и на тех же условиях. Акционерное общество обратилось в экономический суд с просьбой обязать предприятие освободить занимаемое строение.

Какое решение должен вынести суд?

10 Открытое акционерное общество предъявило иск торговому объединению о взыскании штрафных санкций по договору поставки. Ответчик в своих возражениях на иск заявил, что договор между сторонами заключен не был, поскольку отсутствует его подлинный экземпляр. Переписка сторон, по его мнению, носила характер исключительно намерений о сотрудничестве.

Суд установил, что соглашение между истцом и ответчиком было достигнуто посредством обмена факсимильными копиями договора, которые подписывались руководителями каждой из сторон. Договора же поставки в виде отдельного документа не существовало.

Какое решение должен вынести суд?

11 Предприятие на протяжении 2014–2020 гг. поставляло заводу моторы для изготовления автомобилей. Поставка производилась в соответствии с договорами, ежегодно заключаемыми по взаимному соглашению. От предложения покупателя заключить договор на 2021 г. поставщик отказался. Завод считал, что поставщик не вправе нарушить сложившиеся длительные хозяйственные связи.

Как должен быть решен спор?

12 11 марта 2021 г. акционерное общество направило заводу проект договора поставки партии компьютеров. В сопроводительном письме было указано, что завод должен дать ответ в течение 25 дней с момента получения проекта. 6 апреля компьютеры были отгружены акционерному обществу, которое отказалось от оплаты по мотиву отсутствия письменного согласия завода на заключение договора и пропуска срока для ответа на предложение заключить договор.

Завод обратился в экономический суд с требованием взыскать с акционерного общества стоимость поставленных компьютеров и штраф за неосновательный отказ от оплаты.

Какое решение должен вынести суд?

Решите спор.

13 Субъекту хозяйствования, осуществляющему оптово-розничную торговлю товарами повседневного спроса, фирма «А» выставила счет, в котором указала наименование и количество товара, его цену и сроки отгрузки.

Является ли этот документ офертой о заключении договора купли-продажи?

14 ООО «Юпитер» получило от производственного кооператива «Сатурн» предоплату за товар, который должен быть отправлен на следующий день после поступления предоплаты. ООО «Юпитер» задержало отгрузку товара на 10 дней. Более того, часть продукции была забракована кооперативом «Сатурн» при приемке. Кооператив обратился к ООО «Юпитер» с требованием об уплате процентов по ст. 366 ГК РФ и о взыскании убытков, вызванных поставкой продукции ненадлежащего качества.

ООО «Юпитер» не возражало против взыскания процентов, но настаивало на зачете процентов в сумму убытков.

Решите спор.

15 Поставщик по договору поставки отгрузил покупателю проволоку. При приемке проволоки было установлено, что вся партия бракованная. В акте экспертизы было указано о непригодности всей партии.

Покупатель предъявил иск о взыскании штрафа за поставку недоброкачественной продукции в размере 2 тыс. р.

Поставщик в возражениях просил в иске отказать, ссылаясь на пропуск истцом 20-дневного срока проверки товара по качеству.

Истец суду пояснил, что акт экспертизы действительно составлен через 30 дней после поступления проволоки на склад, однако от этого качество проволоки не изменилось, т. к. она не относится к скоропортящемуся товару.

Проанализируйте ситуацию. Какое решение следует принять суду?

16 ООО «Вероника» обратилось с иском к Торговому центру «Стиль» о взыскании процентов за пользование чужими денежными средствами на основании ст. 366 ГК в связи с просрочкой оплаты поставленного товара. Суд отказал в удовлетворении требования, сославшись на то, что в договоре предусмотрено взыскание пени за просрочку оплаты товара.

Прав ли суд?

Какова природа процентов за пользование чужими денежными средствами?

8 Правовое регулирование рекламы в системе маркетинговой деятельности

Вопросы для обсуждения

- 1 Понятие рекламы и законодательство о рекламе.
- 2 Общие требования к рекламе: непосредственная распознаваемость, достоверность, добросовестность, этичность, открытость.
- 3 Специальные требования к рекламе в зависимости от способов ее распространения.
- 4 Особенности рекламируемых товаров и услуг.
- 5 Специфика круга лиц, для которых предназначена реклама.
- 6 Участники рекламного процесса. Рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребитель рекламы.
- 7 Общие и специальные требования к рекламе.
- 8 Недостоверная реклама.
- 9 Ненадлежащая реклама.
- 10 Неэтичная реклама.
- 11 Заведомо ложная реклама.
- 12 Скрытая реклама.
- 13 Особенности рекламы отдельных видов товаров.
- 14 Особенности рекламы финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг.
- 15 Государственный контроль в области рекламы.

16 Полномочия Республиканского антимонопольного органа по государственному контролю в области рекламы.

17 Контрреклама.

18 Ответственность рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламодателем.

19 Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы.

Задания

1 Медицинский центр «Здоровье» заключил с рекламным агентством договор на размещение рекламы. Прокурор обратился в суд с требованием признать эту сделку недействительной, поскольку медицинский центр рекламировал методы лечения болезней, не разрешенные Министерством здравоохранения Республики Беларусь.

Подлежит ли иск удовлетворению?

2 На баннере 468 × 60 туристического агентства присутствует в первом же кадре тур, который продают: страна, цена, дата вылета. Баннер выполнен в фирменных цветах турфирмы. Статичный. Немного мигает только звездочка с ценой. Есть смысл разместить телефон call-центра. Текст баннера – читабельный (черный шрифт на белом фоне). Можно разместить название стран и курортов в них. Указан сайт.

Может ли правильно оформленный баннер вызвать недоверие потребителей? Приведите примеры.

3 Потребитель заходит на автомобильный сайт. Flash-ролик длится бесконечно долго – более 20 секунд. Размер шрифта уменьшается при приближении к финалу ролика, где размещен адрес автосалона. Апофеоз при просмотре ролика: белым цветом на светло-сером фоне размещен «пэк-шот» (последний кадр с логотипом бренда). Складывается ощущение, что дизайнер сайта хотел нарисовать эмблему «Мерседеса» «белым по белому», но почему-то в последний момент постеснялся.

Может ли неправильно оформленный баннер повлиять на возможное решение потребителя приобрести товар (услугу)?

4 Торговая фирма распространила рекламу: «Купи телевизор, или DVD-плеер, или любой пылесос и получи второй бесплатно» в рамках проводимой ею акции. При этом в данной акции участвовали товары определенных марок и только при их покупке второй экземпляр товара предоставлялся в подарок.

Указание на то обстоятельство, что акция распространялась на ограниченную группу товаров, в рекламе отсутствовало.

В чем состоит нарушение законодательства о рекламе?

5 П. С. Волкова согласно газетной рекламе приобрела 6 упаковок биологически активной добавки. В рекламе указывалось, что только этот препарат лечит определенные болезни. После четырехмесячного курса лечения ее состояние

здоровья ухудшилось. В результате медицинского обследования была обнаружена язвенная болезнь желудка, появившаяся как следствие длительного приема сильнодействующих лекарственных средств.

Есть ли нарушение законодательства о рекламе? Ответ обоснуйте.

6 В рекламе биологически активных добавок замечены следующие информационные акценты: а) длинные перечни самых различных заболеваний, успешно «излечиваемых» той или иной биологически активной добавкой; б) акцент на «народные мудрости», проверенные веками; в) вера в «чудесное исцеление», г) уникальные свойства отдельных компонентов с экзотическими названиями в традиционной медицине стран Востока; д) «душещипательные» истории «реально излечившихся» людей; е) биологически активная добавка вполне может заменить ряд традиционных продуктов, качество которых под сомнением.

Что из перечисленного является нарушением законодательства о рекламе? Ответ обоснуйте.

7 Компания «Дионис Клуб», производящая и импортирующая вина, регулярно участвует в выставках, где потенциальным потребителям показывается новый ассортимент вин, устраиваются коллективные дегустации, поощряются и выслушиваются пожелания посетителей.

Можно ли признать это как пропаганду пьянства или как ненадлежащую рекламу? Ответ обоснуйте.

9 Правовое обеспечение сферы информационных услуг

Вопросы для обсуждения

1 Понятие и виды информации. Информационные технологии. Применение информационных технологий в маркетинговой деятельности.

2 Государственное регулирование в сфере применения информационных технологий.

3 Законодательство Республики Беларусь об информации, информатизации, информационных технологиях и о защите информации.

4 Информация как объект правовых отношений.

5 Владелец информации.

6 Общедоступная информация.

7 Право на доступ к информации.

8 Ограничение доступа к информации.

9 Распространение информации или предоставление информации.

10 Информационные системы.

11 Защита информации.

12 Ответственность за правонарушения в сфере информации, информационных технологий и защиты информации.

Задания

1 Гражданин Н. (программист) разработал вредоносную программу и попытался продать ее в сети Интернет.

2 Сотрудник организации-резидента ПВТ нарушил правила эксплуатации локальной компьютерной сети организации.

3 Гражданка К. в публичном выступлении на собрании трудового коллектива высказала в адрес гражданина М. ряд клеветнических измышлений заведомо ложного характера, которые носили характер оскорблений.

4 В годовом отчете заведующий отделением лечебного учреждения привел статистику о случаях ВИЧ-инфицирования среди персонала медицинского учреждения. Такие сведения носят конфиденциальный характер. Данные отчета были опубликованы в сети Интернет.

5 Работник Дома ребенка за денежное вознаграждение раскрыл тайну усыновления (удочерения), имеются доказательства свидетелей.

6 Работник почтового отделения в сельской местности вскрыла корреспонденцию частного лица (переписка) с целью личного обогащения.

7 Сотрудник офиса частного предприятия разгласил коммерческую тайну по неосторожности.

8 Сотрудник офиса частного предприятия нарушил установленный порядок рассылки обязательных бесплатных экземпляров документов.

9 Материально-ответственное лицо УО «АБС» (сотрудник Н.), которому материальные ценности были переданы под сохранность, сумел доказать, что имело место хищение компьютерного оборудования, несмотря на то, что Н. были приняты меры к сохранности компьютерного оборудования.

10 Сотрудник кафедры УО высшего образования самостоятельно установил пароль, запрещающий другим сотрудникам этой же кафедры пользоваться компьютерной техникой.

Для каждой из 10 (десяти) ситуаций квалифицируйте вид наступающей правовой ответственности за нарушения в информационной сфере и назовите возможные наказания (е), которые, в соответствии с законодательством Республики Беларусь, требуется применить к нарушителям законодательства.

10 Правовое регулирование ценообразования в маркетинге

Вопросы для обсуждения

1 Понятие и виды цен. Свободные, рыночные, регулируемые цены. Оптовые, розничные цены.

2 Государственное регулирование установления и применения цен на товары, работы и услуги.

3 Принципы ценовой и тарифной политики.

4 Способы регулирования цен.

5 Государственное регулирование тарифов на электрическую и тепловую энергию.

6 Основы регулирования тарифов организаций коммунального комплекса.

7 Значение цены, виды цен и тарифов, порядок их формирования и утверждения.

8 Цены, контролируемые государством.

9 Свободные цены.

10 Цены на продукцию предприятий-монополистов.

11 Дисциплина цен.

12 Коммунальное регулирование ценообразования.

13 Нарушение государственной дисциплины цен и тарифов.

14 Ответственность за правонарушения в области ценообразования.

Задания

1 Цены на товары бывают: оптовые; мировые; монопольные; предложения; купли/продажи; базисные; розничные; цены производства; номинальные; рыночные; твердые; скользящие; спроса. Определите, какой вид цены:

а) используется при определении сорта или качества товара;

б) определяется условиями поставки, указанными в контракте;

в) определяется уровнем стран-экспортеров (импортеров) бирж;

г) устанавливается монополиями выше (ниже) цен производства;

д) публикуется

е) по которой товар поставляется крупными партиями;

ж) указана в официальном предложении продавца без скидок;

з) равна издержкам производства плюс средняя прибыль на весь авансированный капитал;

и) продажа по которой ведется отдельным покупателям малыми партиями;

к) купля-продажа по которой идет на данном конкретном рынке;

л) устанавливается договором в зависимости от некоторых условий на определенную дату;

м) складывается на рынке покупателя;

н) устанавливается в договоре купли-продажи и не подлежит изменению.

2 В зависимости от влияния на уровень цены выделяют факторы, содействующие росту цены, и факторы, способствующие снижению цены.

Какие из нижепредставленных факторов содействуют росту цены, а какие – снижению?

Факторы: кризисное состояние производства и экономики; разбалансированность финансово-кредитной системы; несовершенство налоговой политики; высокая налоговая нагрузка; недостаточный объем производства продукции; завышение платы за услуги государственных учреждений, государственных сборов, таможенных платежей; отсутствие в отрасли конкуренции; снижение материалоемкости продукции; эффективное использование трудовых ресурсов; хорошее знание конъюнктуры рынка и умение прогнозировать спрос; умение прогнозировать появление конкретной потребности и спрос на товары, которые удовлетворяют данную потребность; совершенствование технологии производства и продаж; упорядочение налогообложения; снижение налоговой нагрузки.

3 Маркетинговая служба организации по производству компьютеров «Инфоком» получила задание разработать проект по созданию и продвижению новой марки компьютера. При этом следует учесть, что фирма-конкурент уже разработала и предоставила на ежегодной выставке свою новую модель. Руководством «Инфоком» была выбрана стратегия премиального ценообразования и установлена высокая свободная розничная цена новой марки компьютера.

В каких случаях оправдан выбор стратегии премиального ценообразования? Каким нормативно-правовым актом регулируется формирование свободных цен на продукцию?

11 Правовая охрана средств индивидуализации участников маркетинговой деятельности и производимых ими товаров и услуг

Вопросы для обсуждения

1 Право на фирменное наименование. Понятие фирменного наименования. Исключительное право на фирменное наименование. Действие исключительного права на фирменное наименование на территории Республики Беларусь.

2 Соотношение прав на фирменное наименование с правами на коммерческое обозначение и на товарный знак и знак обслуживания.

3 Право на товарный знак и право на знак обслуживания. Владелец исключительного права на товарный знак. Действие исключительного права на товарный знак на территории Республики Беларусь.

4 Государственная регистрация товарного знака.

5 Виды товарных знаков.

6 Использование товарного знака и распоряжение исключительным правом на товарный знак. Исключительное право на товарный знак. Знак охраны товарного знака.

7 Последствия неиспользования товарного знака. Исчерпание исключительного права на товарный знак.

8 Лицензионный договор о предоставлении права использования товарного знака. Государственная регистрация товарного знака.

9 Особенности правовой охраны общеизвестного товарного знака.

10 Особенности правовой охраны коллективного знака. Государственная регистрация коллективного знака.

11 Прекращение исключительного права на товарный знак. Прекращение правовой охраны товарного знака.

12 Защита права на товарный знак. Ответственность за незаконное использование товарного знака.

13 Право на наименование места происхождения товара. Наименование места происхождения товара. Действие исключительного права использования наименования места происхождения товара на территории Республики Беларусь.

14 Государственная регистрация наименования места происхождения товара. Использование наименования места происхождения товара.

15 Исключительное право на наименование места происхождения товара. Знак охраны наименования места происхождения товара.

16 Право на коммерческое обозначение. Понятие коммерческого обозначения. Исключительное право на коммерческое обозначение. Действие исключительного права на коммерческое обозначение. Соотношение права на коммерческое обозначение с правами на фирменное наименование и товарный знак.

Задания

1 Акционерное общество (АО) имеет товарный знак, зарегистрированный на территории Республики Беларусь, право на использование которого передано ею по неисключительной лицензии дочернему обществу. Последнее стало выпускать продукцию на экспорт в Германию, где товарный знак АО зарегистрирован после заключения вышеуказанного договора. Продукция реализуется в Германии дочерним обществом через дилера.

Необходимо ли в данном случае заключать лицензионный договор на использование товарного знака в Германии между АО и дочерним обществом и дилером? Где необходимо регистрировать эти договоры и обязательно ли прибегать к услугам патентных поверенных Республики Беларусь?

2 Закрытое акционерное общество «Ареал» потребовало от общества с ограниченной ответственностью «Ареал» прекратить нарушение исключительного права на свое фирменное наименование. ЗАО «Ареал» пользуется фирменным наименованием «Закрытое акционерное общество «Ареал» уже семь лет и под данным наименованием широко известно среди потребителей транспортно-экспедиционных услуг г. Могилева. Поскольку ООО «Ареал», созданное полгода назад, также занимается транспортно-экспедиционной деятельностью в данном регионе, многие клиенты ЗАО «Ареал» оказались дезориентированными. В частности, в адрес ЗАО «Ареал» поступило несколько претензий от потребителей услуг ООО «Ареал».

ООО «Ареал» отклонило предъявленную претензию, заявив, что используемое фирменное наименование не тождественно фирменному наименованию ЗАО «Ареал» ввиду несовпадения организационно-правовой формы организации. Кроме того, только в справочнике «Лучшие в Беларуси» упоминается о шести различных компаниях, действующих под названием «Ареал». В ответе на претензию также сообщалось, что ООО «Ареал» подало в патентный орган заявку на регистрацию словесного знака обслуживания «Ареал» для транспортно-экспедиционных услуг, в связи с чем ЗАО «Ареал» придется в скором времени сменить свое фирменное наименование.

Разберите доводы сторон.

3 Предприниматель Железнов стал владельцем табачной фабрики «Копье» путем приобретения 51 % акций. Новый владелец изменил ее прежнее

фирменное наименование на «Дымок». Под этим наименованием после регистрации фабрика продолжала выпускать сигареты.

Другая табачная фабрика с аналогичным фирменным наименованием, зарегистрированным ранее, потребовала от Железнова прекратить использование ее фирменного наименования и возместить убытки.

Все ли требования другой табачной фабрики «Дымок», образованной ранее, правомерны и должны быть удовлетворены?

4 Компания, владеющая несколькими косметическими салонами, в т. ч. салоном «Ювента», обнаружила рекламные материалы, из которых следовало, что в городе намечается открытие нового косметического салона «Ювента». Считая, что это может ввести публику в заблуждение, компания обратилась к хозяевам нового салона с предложением назвать салон другим именем, однако получила на это отказ.

Руководитель компании поручил юристу подготовить предложения по защите интересов компании.

Какие меры предложили бы Вы? Что такое коммерческое обозначение и чем оно отличается от других средств индивидуализации?

5 По электронной почте производилась рассылка рекламной информации по адресам базы данных, полученной от интернет-провайдера. Фирма-рекламодатель предлагала получателям среди прочего картотеку поставщиков и потребителей товаров с указанием их персональных данных, включая паспортные данные, домашние адреса и другую личную информацию.

Правомерны ли действия рекламодателя и рекламораспространителя в указанной ситуации? Каковы правила распространения рекламы по сетям электросвязи? Кто и какую ответственность может понести по условиям задания?

6 Приведите примеры недобросовестной рекламы.

Тест

1 Правила о фирменном наименовании распространяются на наименования некоммерческих организаций, осуществляющих:

- а) благотворительную деятельность;
- б) религиозную деятельность;
- в) предпринимательскую деятельность;
- г) страхование юридических и физических лиц.

2 Права на сокращенную форму фирменного наименования подлежат защите при условии ее включения в:

- а) Единый государственный реестр юридических лиц;
- б) наименование места происхождения товара;
- в) знак обслуживания;
- г) товарный знак.

3 Фирменное наименование может быть использовано:

- а) на вывесках и в рекламе без разрешения правообладателя другим лицом;
- б) в знаке обслуживания, принадлежащем другому лицу;
- в) в принадлежащем ему товарном знаке самим правообладателем;
- г) в наименовании места происхождения товара самим правообладателем.

4 Коммерческое обозначение может быть включено в принадлежащее правообладателю:

- а) фирменное наименование;
- б) товарный знак;
- в) товарный знак и фирменное наименование;
- г) знак обслуживания и фирменное наименование.

12 Правовая охрана коммерческой тайны в маркетинговой деятельности

1 Понятие коммерческой тайны. Особенности и признаки коммерческой тайны.

2 Субъекты права на коммерческую тайну.

3 Сущность права на коммерческую тайну.

4 Права обладателей коммерческой тайны.

5 Прекращение права на коммерческую тайну.

6 Защита прав обладателей коммерческой тайны.

7 Понятие защиты права на коммерческую тайну.

8 Формы защиты права на коммерческую тайну.

9 Содержание административно-правовой защиты прав.

10 Характеристика гражданско-правовой защиты прав.

11 Сущность уголовно-правовой защиты.

12 Система законодательства о правовой охране коммерческой тайны.

13 Проблемы совершенствования законодательства в области коммерческой тайны на современном этапе.

Задания

1 Из кабинета начальника режимного цеха предприятия Коновалова были похищены образцы продукции, сведения о которых составляли государственную тайну.

В процессе расследования уголовного дела было установлено, что преступники проникли в помещение кабинета, расположенного на третьем этаже, через окно, в котором не были закрыты плотно рамы, сейф, где хранились образцы секретной продукции, вскрыли с использованием малогабаритного автогенного аппарата. Одновременно были выявлены нарушения режима обеспечения безопасности секретной информации: комнаты, где хранились секретные материалы, не опечатывались сотрудниками; ключи от них по

окончании рабочего дня не сдавались дежурному охраннику; пожарная лестница, по которой поднялись преступники до уровня окна третьего этажа, не была оборудована сигнализацией; охрана завода не была организована должным образом. Сам же Коновалов до происшествия потерял специальную металлическую печать, в связи с чем сейф с документами не был опечатан.

Проведите правовой анализ изложенных обстоятельств.

Ознакомьтесь со ст. 356, 373, 374, 375 УК и предложите вариант квалификации.

Охарактеризуйте объективную сторону предложенного Вами состава преступления.

Имеется ли причинная связь между допущенными нарушениями соблюдения режима секретной информации и наступившими последствиями?

2 Сормов, узнав от своего брата – сотрудника оборонного завода сведения, составляющие государственную тайну, поделился ею со случайными знакомыми, с которыми распивал спиртные напитки.

В результате Сормов (вариант: Сормов и его брат) был привлечен к уголовной ответственности по ст. 373 УК.

Проведите правовой анализ ситуации.

Правомерно ли привлечение Сормова к уголовной ответственности?

Если нет – обоснуйте свой вариант ответа.

Может ли брат Сормова быть привлечен к уголовной ответственности по ст. 373 УК?

Вариант: Сормов также работал на этом оборонном предприятии, но только в другом цеху.

Список литературы

1 Конституция Республики Беларусь: с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. – Минск: Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2016. – 62 с.

2 Основы права. Практикум / Под ред. К. И. Кеник. – Минск: Амалфея, 2007. – 304 с.

3 **Наганова, Т. Е.** Основы правового регулирования маркетинговой деятельности : учебное пособие / Т. Е. Наганова. – Минск: БГУИР, 2018. – 155 с.

4 Правовое обеспечение маркетинга: методические указания к проведению практических занятий и выполнению самостоятельной работы для студентов очной формы обучения направления 38.03.02 «Менеджмент» (направленность «Маркетинг») / Сост. В. С. Миронова. – Курган: Курган. гос. ун-т. – 2017. – 18 с.

Приложение А (обязательное)

Таблица А.1 – Особенности организационно-правовых форм коммерческих юридических лиц

Организационно-правовая форма	Наименование	Учредительный документ	Ответственность учредителей	Управление	Распределение прибыли и убытков	Реорганизация и ликвидация	Примечание
Полное товарищество							
Коммандитное товарищество							
Общество с ограниченной ответственностью							
Общество с дополнительной ответственностью							
Открытое акционерное общество							
Закрытое акционерное общество							
Унитарное предприятие							
Производственный кооператив							
Крестьянское (фермерское) хозяйство							