**ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ**

**МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ**

**(для студентів групи МКфе-13)**

1. Передумови становлення маркетингового права.
2. Маркетингове законодавство як комплексна галузь права.
3. Завдання державного регулювання маркетингу.
4. Поняття і структура джерел правового регулювання маркетингу.
5. Загальні положення права і спеціальні норми щодо правового регулювання діяльності у маркетингу.
6. Основні законодавчі акти, що стосуються регулювання маркетингу.
7. Принципи правового регулювання взаємодії учасників маркетингової діяльності з іншими суб'єктами ринкових відносин.
8. Норми правового регулювання маркетингової діяльності в Україні.
9. Право на маркетингову інформацію згідно Закону України «Про інформацію».
10. Захист прав респондентів під час обробки їх персональних даних згідно Закону України «Про захист персональних даних».
11. Порядок доступу до публічної інформації згідно Закону України «Про доступ до публічної інформації»
12. Державна політика у сфері розвитку економічної конкуренції та обмеження монополізму.
13. Структура законодавства України про захист економічної конкуренції.
14. Поняття антиконкурентного узгодження дій суб'єктів господарювання.
15. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції».
16. Ідентифікація методів недобросовісної конкуренції.
17. Закон України «Про Антимонопольний комітет України».
18. Регламентація діяльності Антимонопольного комітету України.
19. Підконтрольність та підзвітність Антимонопольного комітету України.
20. Мета та основні завдання законодавства у галузі правового забезпечення якості товарів.
21. Декрет Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію», сфера його дії.
22. Порядок підтвердження відповідності харчових продуктів, продовольчої сировини, супутніх матеріалів, які ввозяться на митну територію України.
23. Види сертифікації, у тому числі обов’язкової і добровільної.
24. Державне регулювання у сфері безпечності харчових продуктів.
25. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів».
26. Світові системи правового забезпечення якості харчових продуктів.
27. Система НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Point).
28. ДСТУ 4161-2003 «Система управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги».
29. ДСТУ ISO 22000:2007 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга».
30. Регулювання відносин, що виникають у зв'язку з набуттям і здійсненням права власності на знаки для товарів і послуг в Україні.
31. Закон України «Про охорону прав та знаків для товарів і послуг».
32. Регулювання у галузі неправомірного використання товарного знаку, фірмового імені, копіювання товарів іншого підприємця.
33. Державний реєстр свідоцтв України на знаки для товарів і послуг Умови надання правової охорони знаків для товарів і послуг.
34. Міжнародні договори про знаки для товарів і послуг.
35. Мета та основні завдання законодавства у галузі правового регулювання матеріально-технічного забезпечення і збуту.
36. Роль Указу Президента України «Про реформування системи матеріально-технічного забезпечення народного господарства» (1994р.) та Указу Президента України «Про додаткові заходи щодо прискорення вступу України до Світової організації торгівлі» (2001 p.).
37. Основні завдання та принципи регулювання діяльності щодо збуту товарів на основі лізингу.
38. Основна мета Закону України «Про фінансовий лізинг».
39. Спори, що виникають при укладанні та виконанні лізингових договорів.
40. Мета та основні завдання законодавства у галузі регулювання відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та виробниками і продавцями товарів, виконавцями робіт і надавачами послуг.
41. Правові форми захисту прав споживачів.
42. Основні завдання Закону України «Про захист прав споживачів».
43. Права та обов’язки споживачів у Законі України «Про захист прав споживачів».
44. Право споживача на належну якість продукції у Законі України «Про захист прав споживачів».
45. Гарантійні зобов'язання виробника (виконавця) або продавця у Законі України «Про захист прав споживачів».
46. Заборона нечесної підприємницької практики згідно Закону України «Про захист прав споживачів».
47. Права об’єднань споживачів.
48. Мета та основні завдання законодавства у галузі регулювання діяльності з просування товарів.
49. Принципи регулювання діяльності з просування товарів згідно Закону України «Про рекламу».
50. Ідентифікація реклами згідно Закону України «Про рекламу».
51. Вимоги та обмеження щодо розповсюдження реклами.
52. Вимоги та обмеження щодо реклами на телебаченні і радіо, друкованих засобах масової інформації.
53. Вимоги до розміщення зовнішньої та внутрішньої реклами.
54. Особливості рекламування лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації.
55. Особливості рекламування алкогольних напоїв та тютюнових виробів.
56. Законодавство щодо використання об'єктів авторського права і (або) суміжних прав у рекламі.
57. Форми існування актів «м’якого права» у системі джерел права у галузі маркетингу.
58. Міжнародні норми «м’якого права», їхнє значення для національного розвитку регулювання маркетингової діяльності.
59. Роль кодексів маркетингу і добровільних стандартів у гармонізації моделі поведінки учасників маркетингових відносин.
60. Міжнародний процесуальний кодекс маркетингових та соціальних досліджень Європейської спільноти і Міжнародної торгової палати (ESOMAR / ICC).
61. Права респондентів відповідно до ESOMAR / ICC.
62. Професійна відповідальність дослідників відповідно до ESOMAR / ICC.
63. Директива ESOMAR щодо дотримання розмежувань між маркетинговим дослідженням і прямим маркетингом.
64. Керівництво європейського альянсу по стандартам в рекламі (Code EASA).
65. Досвід європейських країн щодо саморегулювання маркетингу.
66. Кодекс AMA (American Marketing Association) щодо етичної поведінки маркетологів.
67. Стандарти якості маркетингових досліджень Української асоціації маркетингу (УАМ).
68. СОУ 21708654 -002-2011: Стандарт організацій України «Недискримінаційна реклама за ознакою статі».
69. Мета ISO 20252 «Маркетингові та соціальні дослідження».
70. ISO 20252: Вимоги до провайдера маркетингових послуг щодо наявності документованої системи менеджменту якості.
71. ISO 20252: Вимоги щодо конфіденційності дослідження.
72. ISO 20252: Вимоги щодо компетентності і підготовки персоналу провайдера маркетингових послуг.
73. ISO 20252: Вимоги щодо аналізу результативності системи менеджменту процесу дослідження ринку, громадської думки та соціальних проблем.
74. ISO 20252: Вимоги щодо управління операційними елементами, пов'язаними з проведенням дослідження.
75. ISO 20252: Вимоги щодо управління процесом, пов'язаним з формуванням вибірок і обробкою даних.
76. Сертифікація організації на відповідність стандарту ISO 20252.
77. Мета ISO 26362 «Панелі доступу в ринок, думки і соціальних досліджень».
78. ISO 26362: Вимоги до служби, для організацій і фахівців, які володіють та / або використовувати панелі доступу для ринку, думки і соціальних досліджень.
79. Мета ISO 9001 «Системи управління якістю».
80. ISO 9001: Модель системи менеджменту якості, заснованої на процесах збільшення задоволеності споживача.
81. ISO 9001: Розуміння критерію менеджменту «Фокус на споживача (замовника)».
82. ISO 9001: Розуміння критерію менеджменту «Безперервне вдосконалення».
83. ISO 9001: Завдання маркетингу в реалізації критерію «Прийняття управлінських рішень на основі фактичних даних».
84. ISO 9001: Завдання маркетингу в реалізації критерію «Взаємовигідні відносини з постачальниками».
85. ISO 9001: Завдання маркетингу в реалізації критерію «Моніторинг задоволеності споживачів».
86. ISO 9001: Вимоги до складових маркетингу у стандартах.
87. ISO 14000 «Система екологічного менеджменту».
88. Використання у маркетингу ISO 14040 «Оцінка життєвого циклу продукту - LCA)».
89. ISO 14040: Поняття «продукт» і його життєвого циклу.
90. ISO 14040: Сфера охоплення, границь та рівнів деталізації дослідження за процедурою LCA.

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

***Основна***

* + 1. Мороз Л. А., Чухрай Н. І. Маркетинг [Текст] : Підручник / За редакцією Л. А. Мороз. – 2-е вид. – Львів: «Львівська політехніка», «Інтелект- Захід», 2002. – 244с.
    2. Лилик І. В. Саморегулювання ринку маркетингових досліджень: сучасний світовий досвід [Текст] // Маркетинг в Україні. – № 3. – 2011. – с.7-11.

***Допоміжна***

* + - 1. Відповідальний маркетинг. Гайд для компаній [Текст] / Центр «Розвиток» – К.: Видавничий дім «АДЕ Ф-Україна», 2012 – 40 с.
      2. [Маланчук Т. В.](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=REF&P21DBN=REF&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=AF=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9C%D0%B0%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D1%87%D1%83%D0%BA%20%D0%A2$)  Адміністративно-правове регулювання окремих форм та видів роздрібної торгівлі в Україні : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.07 / Т. В. Маланчук; НАН України, Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького. - Київ, 2015. - 19 c.
      3. Основи інформаційного права України [Текст] : Навч. посіб / B.C. Цимбалюк, В.Д. Гавловський, В.В. Гриценко та ін.; За ред. М.Я. Швеця, Р.А. Калюжного та П.В. Мельника. – К.: Знання, 2004. — 274 с.
      4. Петрицька О.  С. Законодавче регулювання маркетингової діяльності підприємств легкої промисловості // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – No 6. – T. 4. – с.12—125.
      5. Русских Т.В. Место мягкого права в системе источников международного права / Т.В. Русских // Закон и жизнь. – 2015. – С. 84–87.
      6. Скрицька Н. А. Правове регулювання рекламної діяльності на телебаченні (господарсько-правовий аспект) [Текст] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.04 / Скрицька Надія Анатоліївна ; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. - К., 2013. – 250 с.
      7. Суворова С. Нормативно-правове забезпечення маркетингових досліджень / С. Суворова // [Вісник Тернопільського національного економічного університету](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9669632). - 2013. - Вип. 3. - С. 44-51.

|  |
| --- |
|  |

***Законодавство України***

1. Конституція України. Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>. – Заголовок з екрану.

1. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» від 23.12.1997 № 771/97-ВР Редакція від 01.01.2016 [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/> laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80. – Заголовок з екрану.
2. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1996 № 236/96-ВР. Редакція від 03.03.2016 [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3659-12. – Заголовок з екрану.
3. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15.12.1993 № 3689-XII. Редакція від 21.05.2015 [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3689-12. – Заголовок з екрану.
4. Закон України «Про Антимонопольний комітет України» від 26.11.1993 № 3659-XII. Редакція від 01.05.2016 [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3659-12. – Заголовок з екрану.
5. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-XII. Редакція від 01.01.2016 [Електронне джерело]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/go/1023-12. – Заголовок з екрану.
6. Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 № 2657-XII. Редакція від 25.06.2016 [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada>. gov.ua/laws/show/2657-12. – Заголовок з екрану.
7. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР. Редакція від 28.12.2015. [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws> /show/270/96-вр. – Заголовок з екрану.
8. Закон України «Про фінансовий лізинг» від 16.12.1997 № 723/97-ВР. Редакція від 16.01.2004 [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/723/97-%D0%B2%D1%80. – Заголовок з екрану.
9. Закон України «Про природні монополії» від 20.04.2000 № 1682-III. Редакція від 24.06.2015 [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1682-14. – Заголовок з екрану.
10. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 № 2210-III. Редакція від 18.05.2016 [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2210-14. – Заголовок з екрану.
11. Закон України «Про захист персональних даних» від 01.06.2010 № 2297-VI. Редакція від 30.09.2015 [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2297-17. – Заголовок з екрану.
12. Закон України «Про доступ до публічної інформації» від 13.01.2011 № 2939-VI. Редакція від 01.05.2015 [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2939-17. – Заголовок з екрану.
13. Декрет Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію» від 10.05.1993 № 46-93. Редакція від 10.02.2016 [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/46-93>. – Заголовок з екрану.
14. Указ Президента України «Про додаткові заходи щодо прискорення вступу України до Світової організації торгівлі» від 05.09.2001 № 797/2001 [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/> 797/2001. – Заголовок з екрану.
15. Указ Президента України «Про заходи щодо підвищення якості вітчизняної продукції» від 23.02.2001 [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/113/2001> .– Заголовок з екрану.
16. Указом Президента України «Про реформування системи матеріально-технічного забезпечення народного господарства» від 21.12.1994 № 789/94 [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/> show/789/94. – Заголовок з екрану.
17. Цивільний кодекс України. Закон від 16.01.2003 № 435-IV. Редакція від 19.10.2016 [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/> laws/show/435-15/page. – Заголовок з екрану.

***Добровільні кодекси і стандарти з регулювання маркетингу***

1. Директива ESOMAR щодо аудіо- і відеозапису та спостереження за клієнтом за інтерв'ю і груповими обговореннями / Стандарти ESOMAR [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://uam.kneu.kiev.ua/rus/content/> standarts/ esomar/9.php. – Заголовок з екрану.
2. Директива ESOMAR щодо вивчення процесу задоволення клієнтів / Стандарти ESOMAR [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://uam.kneu.kiev.ua/rus/content/standarts/esomar/5.php>. – Заголовок з екрану.
3. Директива ESOMAR щодо дотримання розмежувань між маркетинговим дослідженням і прямим маркетингом / Стандарти ESOMAR [Електронне джерело]. – Режим доступу: [http://uam.kneu.kiev.ua/rus/content/standarts/ esomar/4.php](http://uam.kneu.kiev.ua/rus/content/standarts/%20esomar/4.php) – Заголовок з екрану.
4. Директива ESOMAR щодо маркетингових досліджень у фармацевтиці / Стандарти ESOMAR [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://uam.kneu.kiev.ua/rus/content/standarts/esomar/10.php>. – Заголовок з екрану.
5. Директива ESOMAR як провести дослідження / Стандарти ESOMAR [Електронне джерело]. – Режим доступу: [http://uam.kneu.kiev.ua/rus/ content/standarts/](http://uam.kneu.kiev.ua/rus/%20content/standarts/) esomar/6.php. – Заголовок з екрану.
6. Директива з проведення опитувань серед дітей та молоді / Стандарти ESOMAR [Електронне джерело]. – Режим доступу: [http://uam.kneu.kiev.ua/rus/ content/standarts/esomar/7.php](http://uam.kneu.kiev.ua/rus/%20content/standarts/esomar/7.php). – Заголовок з екрану.
7. Директиви ESOMAR «Таємні покупки» / Стандарти ESOMAR [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://uam.kneu.kiev.ua/rus/content/> standarts/esomar/8.php. – Заголовок з екрану.
8. Директиви і керівництва (Codes & guidelines) ESOMAR / ESOMAR – Knowledge & Standards [Електронне джерело]. – Режим доступу: https://www.esomar.org/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines.php. – Заголовок з екрану.
9. Керівництво ESOMAR/Wapor щодо проведення опитувань громадської думки / Стандарти ESOMAR [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://uam.kneu.kiev.ua/rus/content/standarts/esomar/3.php. – Заголовок з екрану.
10. Кодекс мобільного маркетингу. Українська асоціація маркетингу [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://mmcode.com.ua/page\_id=2. – Заголовок з екрану.
11. Міжнародний процесуальний кодекс ICC/ESOMAR із маркетингових і соціальних досліджень // Маркетинг в Україні. – 2007. – № 6 (46). – с. 67.
12. Кодекс етичної поведінки маркетологів. Американська Асоціація Маркетингу (American Marketing Association, AMA) [Електронне джерело]. – Режим доступу: https://www.ama.org/Pages/default.aspx. – Заголовок з екрану.
13. СОУ 21708654-002-2011: Стандарт організацій України «Недискримінаційна реклама за ознакою статі» // Державне підприємство «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості (ДП УкрДНЦ)». Зареєстровано за № 3259575212249 від 30.07.2012. – Київ, 2011.
14. Canadian Code of Advertising Standards [Електронне джерело]. – http://www.adstandards.com/en/standards/thecode.aspx. – Заголовок з екрану.
15. Code of Conduct of EASA [Електронне джерело]. – <https://www.easa.europa.eu/system/files/dfu/docs-quality-PO.HR.00180_Code-of-Conduct-for-the-staff-of-EASA.pdf.> – Заголовок з екрану.
16. Code of Ethics – Business Marketing Association (BMA) [Електронне джерело]. – Режим доступу: https://www.marketing.org/about. – Заголовок з екрану.
17. Guideline on Research via mobile phone [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://www.esomar.org/index.php/ professional standards-codes-and-guidelines-guideline-onresearch-via-mobile-research.html. – Заголовок з екрану.
18. ICC Consolidated Code of Advertising and Marketing Communication Practice, – Режим доступу: http://www.esomar.org/index.php /professional-standards-codesand-guidelines. – Заголовок з екрану.
19. ISO 20252-2006. Дослідження ринку, громадської думки та соціальних проблем. - Словник термінів і вимоги до постачальників послуг / System of International Certification [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://sic.com.ua/sertifikaciya/standarty/iso-20252/. – Заголовок з екрану.
20. ISO 26362:2009. Access panels in market, opinion and social research -Vocabulary and service requirements (Групи доступу при вивченні ринку, думки і соціального аспекту - Вимоги до словника та послугам) [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://www.iso.org/iso/catalogue\_detail?csnumber=43521. – Заголовок з екрану.
21. ISO 9001:2008 «Quality management systems – Requirements» [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://cucqae.cu.edu.eg/materials/ISO\_9001\_2008.pdf. – Заголовок з екрану.
22. Marketers' Constitution - Association of National Advertisers[Електронне джерело]. – Режим доступу: https://www.ana.net/getfile/16120. – Заголовок з екрану.
23. Social Media Research Guideline [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://www.esomar.org/index.php /professional-standards-codesand-guidelines. – Заголовок з екрану.

***Internet –джерела***

* + - 1. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу – УМА. – [Електронне джерело]: Режим доступу: <http://uam.in.ua/>. – Заголовок з екрану.
      2. Офіційна веб - сторінка CASRO - Council of American Survey Research Organizations/ [Електронне джерело]: Режим доступу: http://www.casro.org. – Заголовок з екрану.
      3. Офіційний сайт EFAMRO - The European Federation of Associations of Market Research Organisations [Електронне джерело]: Режим доступу: http://www.efamro.com. – Заголовок з екрану.
      4. Офіційний сайт ESOMAR - Essential organisation for market research worldwide [Електронне джерело]: Режим доступу: https://www.esomar.org/about-esomar.php. – Заголовок з екрану.
      5. Офіційний сайт WAPOR – World Association for Public Opinion Research [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://wapor.unl.edu – Заголовок з екрану.
      6. Офіційний сайт AMA – American Marketing Association. [Електронне джерело]. – Режим доступу: <https://www.ama.org/>. – Заголовок з екрану.
      7. Офіційний сайт AENOR – Asociación Española de Normalización y Certificación. [Електронне джерело]. – Режим доступу: [www.aenor.es/](http://www.aenor.es/). – Заголовок з екрану.
      8. Офіційний сайт Центру ґендерно-правової освіти ВГО «Українська асоціація маркетингу» [Електронне джерело]. – Режим доступу: elearn.univector.net/. – Заголовок з екрану.
      9. Офіційний сайт ВРК - Всеукраинская рекламная коалиция [Електронне джерело]. – Режим доступу: adcoalition.org.ua/rus/main.php. – Заголовок з екрану.
      10. Офіційний сайт Спілки рекламістів України [Електронне джерело]: Режим reklamspilka.in.ua/ukr/264/.– Заголовок з екрану.
      11. Офіційний сайт [Асоціації операторів зовнішньої реклами України](https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0ahUKEwjCg8S7rYDQAhXI1ywKHTAsDWMQFggiMAE&url=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Foutdoor.org.ua%2F&usg=AFQjCNG8cndl98iWfZoRZru5uirTlob2iA&sig2=4MTd4QFFgvth5MgbIMAyJg) [Електронне джерело]. – Режим [www.outdoor.org.ua/](http://www.outdoor.org.ua/). – Заголовок з екрану.
      12. Офіційний сайт Української асоціації директ - маркетингу України [Електронне джерело]. – Режим доступу: [www.uadm.com.ua/](http://www.uadm.com.ua/). – Заголовок з екрану.