**ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**ТЕМИ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Завдання 1** | **Тема: Визначення принципів та методів правового регулювання маркетингу в Україні.**  **Завдання**  **1. Теоретична частина –** виконується на основі вивчення рекомендованої літератури.  а) *Стисло викладіть суть наступних питань*  1) Принципи правового регулювання взаємодії учасників маркетингової діяльності з іншими суб'єктами ринкових відносин.  2) Специфічні принципи права у маркетингу.  **2. Практична частина** – виконується на прикладі програми маркетингового дослідження конкретного підприємства.  *а) Враховуючи особливості певного завдання маркетингового дослідження, проаналізувати специфічні принципи права щодо його виконання:*   1. орієнтація виробництва на ефективне задоволення запитів споживачів; 2. підтримка вільної конкуренції; 3. орієнтація підприємницької діяльності та товарної політики на перспективу і спрямованість на довготривалий практичний результат; 4. врахування соціально-етичних маркетингових норм, пов’язаних з новими глобальними проблемами держави і світового суспільства маркетингової діяльності в Україні.   б) *Проаналізувати методи правового регулювання маркетингової діяльності , що стосуються виконання завдання маркетингового дослідження .* |
| **Завдання 2** | **Тема: Аналіз впливу на маркетингову діяльність норм Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» і Закон України «Про Антимонопольний комітет України».**  **Завдання**  **1. Теоретична частина –** виконується на основі вивчення рекомендованої літератури.  а) *Дайте стисле пояснення питанням.*   1. Як ви розумієте правові шляхи розвитку економічної конкуренції та обмеження монополізму. 2. Актуальність завдань регулювання галузі захисту економічної конкуренції в Україні. 3. Основні статті Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», що безпосередньо стосуються виконання маркетингових досліджень. 4. Розуміння методів недобросовісної конкуренції. 5. Основні статті Закону України «Про Антимонопольний комітет України», які треба враховувати при здійсненні маркетингової діяльності. 6. Які повноваження Антимонопольного комітету треба брати до уваги при розробці маркетингових програм.   **2. Практична частина –** виконується на прикладі програми маркетингового дослідження конкретного підприємства.  *а) Враховуючи особливості певного завдання маркетингового дослідження, проаналізувати:*   1. Вплив на маркетингову діяльність норм Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції». 2. Вплив на маркетингову діяльність норм Закону України «Про Антимонопольний комітет України».   *б) Зробите висновки щодо доцільності зміни політики маркетингових дій за результатами аналізу.* |
| **Завдання 3** | **Тема: Вивчення системи правового забезпечення якості харчових продуктів.**  **Завдання**  **1. Теоретична частина –** виконується на основі вивчення рекомендованої літератури.  *а) Дайте стисле пояснення питанням.*   1. Актуальні завдання законодавства у галузі правового забезпечення якості товарів. 2. Правовий порядок стандартизації і сертифікації продукції. 3. Світова система правового забезпечення якості харчових продуктів. 4. Вплив на маркетинговий комплекс норм Закону України «Про основний принцип та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». 5. Регулювання відносин, що виникають у зв'язку з набуттям і здійсненням права власності на знаки для товарів і послуг в Україні   *б) Поясність значення* для України норм системи НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Point).  **2. Практична частина** – виконується на прикладі програми маркетингового дослідження конкретного підприємства.  а) *Враховуючи особливості певного завдання маркетингового дослідження, проаналізувати:*   1. Вплив на маркетингову діяльність норм Закону України «Про стандартизацію і сертифікацію». 2. Вплив на маркетингову діяльність норм Закону України «Про основні принции та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». 3. Вплив на маркетингову діяльність норм Закону України «Про охорону прав та знаків для товарів і послуг».   б) *Зробите висновки щодо* *доцільності зміни політики маркетингових дій за результатами аналізу.* |
| **Завдання 4** | **Тема: Професійна відповідальність провайдерів маркетингових досліджень.**  **1. Теоретична частина.**  **Теоретична частина** – виконується на основі вивчення рекомендованої літератури.  *а) Стисло викладіть суть наступних питань*   1. Професійна відповідальність дослідників відповідно до ESOMAR / ICC та Стандартів Української асоціації маркетингу (УАМ). 2. Взаємні права та обов'язки дослідників і клієнтів відповідно до ESOMAR / ICC. 3. Правове розуміння розмежувань між маркетинговим дослідженням і прямим маркетингом.   *б) Дайте стисле пояснення питанням.*   1. Особливості кодексів маркетингових та соціальних досліджень як джерел права. 2. Особливості стандартів маркетингових та соціальних досліджень як джерел права.   **2. Практична частина**– виконується на прикладі програми маркетингового дослідження конкретного підприємства.  а) *Враховуючи особливості певного завдання маркетингового дослідження, проаналізувати:*   1. Вплив на маркетингову діяльність Директив ESOMAR.   *б) Зробите висновки щодо доцільності зміни політики маркетингових дій за результатами аналізу.* |
| **Завдання 5** | **Тема: Сфера регулювання маркетингової діяльності згідно стандартів ISO 20252 і ISO 26362.**  **Завдання**   1. **Теоретична частина**– виконується на основі вивчення рекомендованої літератури.   *а) Стисло викладіть суть наступних питань.*   1. Зміст основних принципів ISO 20252 «Маркетингові та соціальні дослідження». 2. Вимоги до провайдера маркетингових послуг щодо наявності документованої системи менеджменту якості. 3. Вимоги щодо аналізу результативності системи менеджменту процесу дослідження ринку, громадської думки та соціальних проблем   *б) Дайте стисле пояснення питанням.*   1. Як ви розумієте правове управління операційними елементами, пов'язаними з проведенням дослідження 2. Як ви розумієте правове управління процесом, пов'язаним з формуванням вибірок і обробкою даних. 3. **Практична частина** – виконується на прикладі програми маркетингового дослідження конкретного підприємства.   *а) Враховуючи особливості певного завдання маркетингового дослідження, проаналізувати:*   1. Можливий вплив на маркетингову діяльність впровадження ISO 20252 «Маркетингові та соціальні дослідження».   *б) Зробите висновки щодо доцільності зміни політики маркетингових дій за результатами аналізу.* |
| **Завдання 6** | **Тема: Визначення вимоги до складових маркетингу у стандартах ISO 9001 і серії ISO 14000.**  **Завдання**  **Завдання**   1. **Теоретична частина**– виконується на основі вивчення рекомендованої літератури.   *а) Стисло викладіть суть наступних питань.*   1. Зміст основних принципів ISO 9001 «Системи управління якістю». 2. Вимоги до складових маркетингу у стандартах ISO 14000 «Система екологічного менеджменту». 3. Сутність процедури «Оцінка життєвого циклу продукту (LCA)» відповідно до ISO 14040-43   *б) Дайте стисле пояснення питанням.*   1. Як ви розумієте критерій «Фокус на споживача (замовника)». 2. Як ви розумієте критерій «Безперервне вдосконалення». 3. Як ви розумієте критерій «Прийняття управлінських рішень на основі фактичних даних». 4. **Практична частина** – виконується на прикладі програми маркетингового дослідження конкретного підприємства.   *а) Враховуючи особливості певного завдання маркетингового дослідження, проаналізувати:*   1. Можливий вплив на маркетингову діяльність впровадження I SO 9001 «Системи управління якістю». 2. Можливий вплив на маркетингову діяльність впровадження ISO 14000 «Система екологічного менеджменту». 3. Можливий вплив на маркетингову діяльність впровадження застосування процедури «Оцінка життєвого циклу продукту (LCA)» відповідно до ISO 14040-43   *б) Зробите висновки щодо доцільності зміни політики маркетингових дій за результатами аналізу.* |

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

***Базова***

* + 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.