



**Вищий навчальний заклад
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Правове регулювання маркетингу та захист прав споживачів
ОП «МАРКЕТИНГ»**

Шифр за ОП	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Період вивчення		Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
				Рік, коли пропонується вивчення	Семестр		
ОПП-21	Правове регулювання маркетингу та захист прав споживачів	Обов'язкова навчальна дисципліна професійної підготовки	перший (бакалаврський)	4	8	5	екзамен

Мова навчання: українська.

Форми здобуття освіти: денна, заочна

Види навчальних занять: лекція, практичні заняття, самостійна робота здобувачів.

Методи навчання: проблемно-орієнтоване навчання (аналіз правових проблем у сфері маркетингу та захисту прав споживачів); кейс-метод (на основі судової практики, нормативних актів і реальних ситуацій порушення прав споживачів); дискусії та дебати щодо правомірності маркетингових практик і дотримання законодавства; змішане навчання (поєднання аудиторної роботи з використанням онлайн-ресурсів, правових баз даних, цифрових платформ); проєктне навчання (правовий аналіз діяльності підприємств, розробка рекомендацій щодо дотримання законодавства та мінімізації правових ризиків); робота в малих групах; підготовка та презентація результатів (правові висновки, комплаєнс-рішення); гостьові лекції практиків (юристів, представників бізнесу та органів захисту прав споживачів).

Оцінювання: поточне, підсумкове.

Мета викладання навчальної дисципліни: формування системи знань про правові засади здійснення маркетингової діяльності та захисту прав споживачів, розвиток навичок застосування норм національного та міжнародного законодавства у сфері ринкових відносин, аналізу правових ризиків, забезпечення дотримання прав споживачів і прийняття обґрунтованих управлінських рішень в умовах цифровізації економіки.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
ЗК14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо
ЗК15	Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь яких інших проявів недоброчесності

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК2	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
-----	---

СК5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу
СК11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
СК12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу
СК13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу
ПРН4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію
ПРН9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
ПРН15	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості

Засоби діагностики успішності навчання: поточне опитування після окремих тем; виконання індивідуальних та групових завдань; презентації; аналіз кейсів, ситуаційних завдань; оцінювання результатів неформальної освіти (онлайн-курси) в порядку, визначеному Положенням про порядок визнання результатів навчання набутих у неформальній/інформальній освіті; підсумкове оцінювання у формі екзамену, що передбачає комплексну перевірку рівня досягнення програмних результатів навчання.

Зміст навчальної дисципліни:

Тема 1. Правові основи маркетингової діяльності

Поняття та система правового регулювання маркетингу. Конституційні засади підприємницької діяльності. Роль держави у регулюванні ринку в умовах цифровізації суспільства.

Тема 2. Державна політика у сфері захисту прав споживачів

Сутність і принципи захисту прав споживачів. Державна споживча політика. Інституційне забезпечення. Гармонізація законодавства з нормами ЄС.

Тема 3. Адміністративно-правове регулювання маркетингової діяльності

Система органів державного контролю. Адміністративно-правові механізми регулювання. Контроль за дотриманням прав споживачів.

Тема 4. Правове забезпечення безпеки споживачів і ринку

Публічна та економічна безпека. Захист прав споживачів як складова економічної безпеки. Взаємодія держави та громадськості.

Тема 5. Правове регулювання цифрового маркетингу

Правові аспекти онлайн-ринків. Захист персональних даних. Регулювання цифрових платформ.

Тема 6. Правові аспекти використання штучного інтелекту в маркетингу

Регулювання AI у маркетинговій діяльності. Відповідальність за автоматизовані рішення. Захист прав споживачів у цифровому середовищі.

Тема 7. Європейські стандарти правового регулювання ринку

Правові засади співробітництва з ЄС. Європейські стандарти захисту споживачів. Адаптація українського законодавства.

Тема 8. Правове регулювання конкуренції та доступу до ринків

Антимонопольне законодавство. Добросовісна конкуренція. Регулювання ринкових відносин.

Тема 9. Відповідальність у сфері маркетингу та захисту прав споживачів

Юридична відповідальність суб'єктів господарювання. Захист прав споживачів у судовому порядку.

Тема 10. Етичні та антикорупційні засади маркетингової діяльності

Доброчесність у маркетингу. Антикорупційні принципи у бізнесі. Недобросовісні практики (маніпулятивна реклама, введення в оману). Комплаєнс, прозорість рішень і правова відповідальність. Формування культури етичної поведінки та захист прав споживачів.

Неформальна освіта (онлайн-курси та платформи)

У межах самостійної роботи здобувачам рекомендується проходження онлайн-курсів на міжнародних освітніх платформах з метою розширення професійних компетентностей у сфері правового регулювання маркетингової діяльності, захисту прав споживачів, цифрового права, регулювання онлайн-ринків, персональних даних та відповідальності бізнесу. Особлива увага приділяється вивченню правових аспектів взаємодії «бізнес – споживач», застосуванню норм законодавства у практичних ситуаціях та аналізу правових ризиків у цифровому середовищі.

Рекомендовані платформи:

- Coursera (business law, consumer protection, digital marketing law, data privacy);
- edX (introduction to law, consumer law, data protection, regulatory frameworks);
- FutureLearn (cyber law, digital business regulation, consumer rights);
- Prometheus (право, захист прав споживачів, цифрова грамотність, бізнес-право);
- LinkedIn Learning (business ethics, compliance, data protection, legal aspects of business).

Порядок зарахування результатів неформальної освіти:

Результати проходження онлайн-курсів можуть бути зараховані як складова самостійної роботи в порядку, визначеному «Положенням про порядок визнання результатів навчання набутих у неформальній/інформальній освіті» <https://nam.kyiv.ua/files/pdf/polozhennia-pro-neformalnu-ta-informalnu-osvitu.pdf>

Максимальна кількість балів – до 10 балів у межах самостійної роботи.

Методи навчання на лекціях: інтерактивні лекції з елементами обговорення правових ситуацій; мультимедійні презентації з аналізом реальних кейсів правового регулювання маркетингової діяльності та захисту прав споживачів; демонстрація відеоматеріалів (приклади порушення прав споживачів, судова практика, регуляторні кейси); аналіз актуальних нормативно-правових актів і сучасних тенденцій правового регулювання ринку; гостьові лекції практиків (юристів, представників органів захисту прав споживачів, бізнесу).

Методи навчання на практичних, семінарських заняттях: аналіз правових кейсів у сфері маркетингової діяльності та захисту прав споживачів; моделювання ситуацій взаємодії «бізнес – споживач» із урахуванням норм законодавства; розбір правових аспектів застосування маркетингових інструментів (реклама, ціноутворення, персональні дані); проведення тематичних дискусій і дебатів щодо правомірності маркетингових практик; робота в малих групах; виконання аналітичних завдань (оцінка правових ризиків, відповідності діяльності законодавству); підготовка та презентація рішень (правові висновки, рекомендації для бізнесу щодо дотримання прав споживачів).

Методи оцінювання: поточний контроль у вигляді усного та письмового опитування, тестування, аналізу правових кейсів, вирішення ситуаційних та аналітичних завдань у сфері маркетингової діяльності та захисту прав споживачів; оцінювання індивідуальних і групових проєктів (зокрема правового аналізу діяльності підприємств та оцінки дотримання законодавства); оцінювання презентацій та участі в дискусіях; підсумковий контроль — тестування або комплексне аналітичне завдання з правового обґрунтування управлінських рішень.

Засоби діагностики результатів навчання: онлайн-тести; письмові аналітичні роботи та есе; кейс-аналіз; індивідуальні та групові проєкти; оцінювання участі в дискусіях і груповій роботі; презентації результатів досліджень поведінки споживачів.

Порядок оцінювання результатів навчання:

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.
Поточний контроль та самостійна робота = 60 балів.
Підсумковий контроль = 40 балів.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Для денної форми здобуття освіти

Поточний контроль та самостійна робота - 60											Підсумковий контроль	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	Самостійна робота		
5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	10 балів	40 балів	100 балів

Для заочної форми здобуття освіти

Поточний контроль та самостійна робота - 60		Підсумковий контроль	Сума
Контрольна робота	Самостійна робота		
50 балів	10 балів	40 балів	100 балів

Рекомендована література:

1. Directive 2011/83/EU on consumer rights. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2011/83/oj/eng>
2. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation) (Text with EEA relevance). URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>
3. Про захист прав споживачів. Закон України від 12 травня 1991 року № 1023-XII. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/1023-12>
4. Strytska, O., & Tarasenko, O. (2025). State of research on the issues of state consumer policy in Ukraine. *Law Journal of the National Academy of Internal Affairs*, 15(4), 9-19. doi: 10.63341/naia-chasopis/4.2025.09.
5. Yevdokimenko S., Yevdokimenko S., Streltsov V. Civil liability regime for artificial intelligence in Poland // *Innovation Management and Information Technology Impact on Global Economy : proceedings of the international conference. Cordoba, Spain, 2021. P. 12470–12475.*
6. Євдокіменко С. А. Загальна характеристика адміністративно-правового механізму забезпечення громадської безпеки та шляхи його удосконалення // *Наше право*. 2021. № 2. С. 56–61.
7. Євдокіменко С. А. Особливості взаємодії державних органів із громадськістю при забезпеченні громадської безпеки // *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. 2021. № 2. С. 108–112. URL: https://visnik.dduvs.in.ua/wp-content/uploads/2021/09/21_2_ua/2-2021-108-112.pdf

8. Євдокіменко С. А. Правові засади фінансового співробітництва України з Європейським Союзом // *Право UA*. 2020. № 3. С. 186–194.

9. Євдокіменко С. А., Гіда Є. О., Лоцихін О. М., Стерліков О. С. Перспективи розвитку теорії держави і конституційного права в умовах цифровізації суспільства // *Академічні візії*. 2024. № 30. URL: <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/2365>

Викладач: Євдокіменко Сергій Анатолійович, доктор юридичних наук.

Гарант освітньої програми:

Баула Олексій Віталійович,

кандидат економічних наук, доцент

