



**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ МАРКЕТЕРНОГОВОЇ ТА РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

Компонента освітньої програми – вибіркова (3,0 кредитів)

|                                     |                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Освітньо-професійна програма</b> | Маркетинг                                                                                                                                                  |
| <b>Спеціальність</b>                | 075 Маркетинг                                                                                                                                              |
| <b>Галузь знань</b>                 | 07 Управління та адміністрування                                                                                                                           |
| <b>Рівень вищої освіти</b>          | перший (бакалаврський)                                                                                                                                     |
| <b>Мова навчання</b>                | Українська                                                                                                                                                 |
| <b>Профайл викладача (-ів)</b>      | Ковбас Ігор Васильович, доцент кафедри публічного права, доцент<br><a href="https://law.chnu.edu.ua/ihor-kovbas/">https://law.chnu.edu.ua/ihor-kovbas/</a> |
| <b>Контактний тел.</b>              | +380956748488                                                                                                                                              |
| <b>E-mail:</b>                      | ig.kovbas@chnu.edu.ua                                                                                                                                      |
| <b>Сторінка курсу в Moodle</b>      |                                                                                                                                                            |
| <b>Консультації</b>                 | Середа, 11.30 до 13.00 .                                                                                                                                   |

**АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни).** Активне формування ринкових відносини ставлять нові вимоги до діяльності суб'єктів господарювання. В основі підприємницької діяльності лежить маркетинг як філософія бізнесу, інструментарій підприємництва, стратегія та тактика учасників ринкових відносин. З посиленням інтеграційних процесів і підвищення вимог до застосування різних складових маркетингової політики відбується формування єдиного ринку маркетингової діяльності. Поступове створення ринку здійснення маркетингової діяльності зумовило актуальність проблеми організації його належного правового регулювання, що дасть змогу завдяки оптимальному поєднанню прямих адміністративних інструментів впливу, ефективно узгоджувати інтереси учасників ринку. Здатність вміло застосовувати сучасні маркетингові інструменти впливу на ситуацію яка складається на ринку, визначає комерційний успіх підприємця. Проте, залишається ряд невирішених питань які є частиною загальної проблеми розвитку маркетингу як відносин в сфері економіки зокрема, ефективного правового регулювання. Відсутність чіткої розробленої концепції нормативного забезпечення маркетингової діяльності призводить до неповноцінного використання здатності вміло застосовувати сучасні інструменти дії в ситуації, що складається на ринку, що зумовлюють комерційний успіх. З метою вирішення означених проблем було прийнято ряд важливих нормативно-правових актів в сфері маркетингової та рекламної діяльності, а тому важливим є аналіз їхніх положень, спрямованих на регулювання вищезгаданих відносин. Таким чином дана вибіркова дисципліна покликана щодо детального вивчення теоретико-правових положень маркетингової та рекламної діяльності суб'єктів господарювання.

**Мета навчальної дисципліни:** формування необхідних теоретичних знань і практичних навиків, які дозволять розв'язувати комплексні проблеми у галузі професійної та дослідницької діяльності у контексті формування оптимальних форм правової охорони маркетингових та рекламних правовідносин, набуття практичних навичок для вирішення конкретних юридичних ситуацій, що в подальшому стане цінним інструментом під час виконання професійних обов'язків.

**НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ**

| <b>МОДУЛЬ 1.</b> |                                                                     |
|------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <b>Тема 1</b>    | Генезис становлення маркетингового права                            |
| <b>Тема 2</b>    | Маркетингова та рекламна діяльність як вид господарської діяльності |
| <b>Тема 3</b>    | Види маркетингу та реклами їх правове забезпечення.                 |

| МОДУЛЬ 2. |                                                                                     |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Тема 1    | Договори в сфері маркетингової та рекламної діяльності.                             |
| Тема 2    | Брендинг та рекламна кампанія в господарській діяльності.                           |
| Тема 3    | Державна охорона та захист прав суб'єктів маркетингових та рекламних правовідносин. |
| Тема 4    | Зарубіжний досвід правового регулювання маркетингової та рекламної діяльності       |

### ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

Навчання та викладання побудоване на компетентнісному і студентоорієнтованому підходах, принципах академічної свободи і академічної доброчесності. Навчання базується на індивідуального підході до кожного студента. Застосовуються інтерактивні лекції, практичні заняття у формі активного обговорення проблемних питань, вирішення кейсів, ситуаційних завдань. Організація роботи здобувачів передбачає вивчення понятійно-категоріального масиву з кожного тематичного блоку, контрольні питання та самостійні завдання, роботу з науковою й юридичною літературою.

Зараховуються результати неформальної освіти як формальної.

### ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

**Поточний контроль:** Застосовується накопичувальна бально-рейтингова система: навчальні досягнення оцінюються за 100-бальною шкалою ЄКТС (ECTS) та національною чотирьохбальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Поточний контроль здійснюється на заняттях (які можуть проводитися в окремих випадках за допомогою онлайн платформи GoogleMeet) шляхом індивідуального та фронтального усного опитування, бліц-опитування; письмових самостійних робіт (есе, рефератів тощо); виконання практичних (індивідуальних та групових) завдань; підготовки та захисту відповідних схем, таблиць, діаграм, вичновків; розв'язання кейсів з практичних завдань та задач-казусів; аналізу та обґрунтування (чи заперечення) судових рішень; взаємоконтролю здобувачів у парах та малих групах; самоконтролю тощо.

**Підсумковий контроль** – залік.

### КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання.

Максимальна кількість балів, яку здобувач може отримати в процесі вивчення дисципліни протягом семестру, становить 100 балів, з яких 50 балів здобувач набирає при поточних видах контролю методом додавання балів, одержаних ним на кожному практичному занятті, 50 балів – у процесі підсумкового виду контролю (заліку).

### ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- ✓ «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» [https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets\\_koho-natsionalnoho-universytetu.pdf](https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets_koho-natsionalnoho-universytetu.pdf)
- ✓ «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwgb/polozhennia-chnu-pro-plahi-at-2023plusdodatky-31102023.pdf>

### ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

(посилання на електронні ресурси до навчальної дисципліни)

Детальна інформація щодо  
навчальної дисципліни «ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТА РЕКЛАМНОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ» висвітлена  
у робочій програмі