



Донецький державний
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Захист прав споживачів

КАФЕДРА

маркетингу

РОЗРОБНИК

Чуприна Олена Оскарівна

д.е.н., доцент

chuprina.o@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

5

кредитів ЄКТС
(150 годин)

42

години контактна робота з
викладачем (14 годин лекцій;
28 годин семінарських занять)

108

годин - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

перший

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

українська

ФОРМА КОНТРОЛЮ

залік

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- вибіркова для спеціальності 075 «Маркетинг»
- вибіркова для всіх здобувачів вищої освіти

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

опанування знань з дисципліни «Маркетинг»

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок вирішення проблеми захисту прав споживачів, оволодіння основними науково-практичними підходами для здійснення захисту прав споживачів при здійсненні окремих видів торгівельної діяльності, наданні послуг і виконанні робіт

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Загальні теоретичні аспекти захисту прав споживачів

- Тема 1.** Теоретичні основи захисту прав споживачів
- Тема 2.** Основні права споживачів товарів, робіт, послуг
- Тема 3.** Забезпечення безпеки та якості товарів, робіт, послуг
- Тема 4.** Організація захисту прав споживачів

Модуль 2. Особливості захисту прав споживачів в певних умовах

- Тема 5.** Особливості захисту прав споживачів при здійсненні окремих видів торговельної діяльності, наданні послуг і виконанні робіт
- Тема 6.** Особливості захисту прав споживачів при придбанні окремих видів товарів
- Тема 7.** Відповідальність за порушення законодавства у сфері захисту прав споживачів

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- здатність застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;
- вміння пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта;
- вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта;
- навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;
- здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних



Донецький державний університет управління

принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на семінарських заняттях – ~ 15 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 15 балів
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 30 балів;
- Виконання індивідуальних завдань і кейсів, розв'язання задач – 40 балів.

Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:

Шкала оцінювання ЄКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



Донецький державний університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО- МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Основна література:

1. Дудла І.О. Захист прав споживачів: Навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007 448 с.
2. Закон України «Про захист прав споживачів» № 1023-XII від 12.05.91 (зі змінами та доповненнями станом на 02.06.2020). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
3. Зверева О.В. Захист прав споживачів. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 192 с.
4. Іваненко Л. М., Язвінська О. М. Захист прав споживачів : підручник. К. : Юрінком Інтер, 2014. 496 с.

Англомовні видання:

1. Consumer behaviour in a changing world : food, culture and society. 2016. Ed. by Fabio Verneau and Christopher Griffith Emerald Group Publishing Limited <https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibrary-ebooks/detail.action?docID=4514345>.
2. Kotler, Philip T. Armstrong Gary Principles of Marketing, 17th Edition. Pearson, 2017. 737 p.
3. Riefa Christine Consumer Protection and Online Auction Platforms: Towards a Safer Legal Framework. London- NY, 2015. 276 с.

Інтернет джерела

1. Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів. URL: <http://consumer.gov.ua>
2. Сайт Міжнародної Маркетингової Групи Україна. URL: <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=3574>
3. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://www.uam.in.ua>.