**OPIS PRZEDMIOTU / MODUŁU KSZTAŁCENIA – SYLABUS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | **Nazwa przedmiotu/modułu w języku polskim:** Prawo reklamy | | |
| 2 | **Nazwa przedmiotu/modułu w języku angielskim:** law of the advertisement | | |
| 3 | **Jednostka prowadząca przedmiot:** Zakład Prawa Gospodarczego i Handlowego, Wydział Prawa Administracji i Ekonomii | | |
| 4 | **Kod przedmiotu/modułu:**K1 | | |
| 5 | **Rodzaj przedmiotu/modułu:** do wyboru | | |
| 6 | **Kierunek studiów:** 5 letnie studia niestacjonarne prawa | | |
| 7 | **Poziom studiów:** | | |
| 8 | **Rok studiów:** IV i V SNP (Z) | | |
| 9 | **Semestr:** 7 i 9 | | |
| 10 | **Forma zajęć i liczba godzin:** 12 godzin ćwiczeń | | |
| 11 | **Imię, nazwisko, tytuł/stopień naukowy osoby prowadzącej zajęcia** dr Bogusław Sołtys/dr M. Podleś | | |
| 12 | **Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych dla przedmiotu/modułu oraz zrealizowanych przedmiotów:** Umiejętność wnioskowania prawniczego, znajomość podstaw prawa cywilnego i administracyjnego | | |
| 13 | **Cele przedmiotu:**   1. Student nabywa wiedzę o prawie reklamy i jego znaczeniu dla obrotu; 2. Student zapoznaje się z treścią regulacji działalności reklamowej; 3. Student umie rozwiązywać problemy związane ze stosowanie podstawowych przepisów prawa reklamy. | | |
| 14 | **Zakładane efekty kształcenia:** | | |
|  | ***Wiedza*** | | |
|  | Student zna przepisy prawa reklamy; |  | |
|  | Student zna podstawowe orzecznictwo w zakresie prawa reklamy; |  | |
|  | Student zna kluczowe wypowiedzi doktryny w zakresie prawa reklamy; |  | |
|  | Student zna przykłady z praktyki rynkowej w zakresie stosowania prawa reklamy. |  | |
|  | ***Umiejętności*** | | |
|  | Student orientuje się w regulacji prawa reklamy; |  | |
|  | Student stawia tezy w zakresie wybranych aspektów prawa reklam; |  | |
|  | Student potrafi argumentować w sprawach z zakresu prawa reklamy. |  | |
|  | ***Kompetencje społeczne*** | | |
|  | Student identyfikuje cele regulacji prawnej w zakresie prawa reklamy; |  | |
|  | Student ocenia skuteczność i użyteczność regulacji prawa reklamy; |  | |
|  | Student bierze udział w dyskusji nad stawianymi tezami oraz pracuje w zespole. |  | |
| 15 | **Treści programowe:**   * + - 1. Pojęcie, funkcje i znaczenie reklamy,       2. Reklama jako zjawisko prawne w poszczególnych dziedzinach prawa,       3. Reklama a zachowania o podobnym charakterze,       4. Źródła prawa reklamy i ich ogólna charakterystyka,       5. Regulacja reklamy w poszczególnych gałęziach prawa oraz z wybranych branżach,       6. Cele regulacji prawnych i etyki w zakresie prawa reklamy,       7. Reklama a prawa i wolności gwarantowane w Konstytucji RP,       8. Reklama a prawo własności intelektualnej i przemysłowej,       9. Reklama w prawie umów,       10. Reklama niedozwolona, nieuczciwa i naruszająca zbiorowe interesy konsumentów,       11. Odpowiedzialność w reklamie,       12. Kazusy prawa reklamy. | | |
| 16 | Zalecana literatura *(podręczniki)*  Literatura podstawowa:  Skubisz R., Sagan R., Prawo reklamy, Lublin 1998r. ,  Wiszniewska I., Polskie prawa reklamy, Warszawa 1998r.,  Szwaja J. red., Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Komentarz pod red. J. Szwaji, CH-Beck 2000r.,  Walczak R., Prawne aspekty reklamy w ustawodawstwie polskim, europejskim i międzynarodowym, Orzecznictwo, Poznań 2001r.,  Stefanicki R., Prawo reklamy w świetle przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji na tle prawno-porównawczym, Poznań 2003r.,  Grzybczyk K., Prawo reklamy, Wyd. Zakamycze Wolters Kluwer 2004r.  Literatura uzupełniająca:  Nowińska E., Zwalczanie nieuczciwej reklamy, Zagadnienia cywilno - prawne, Kraków 1997r.,  Pawłowski A., Koroluk S., Prawo ochrony konsumentów, Warszawa 2002r.,  Prawo reklamy i promocji pod red. E.Traple, Wyd. LexisNexis Warszawa 2007r.,  Czarnecki A., Korsak R., Planowanie mediów w kampaniach reklamowych, Warszawa 2001r.,  Woś J. red., Zachowania konsumenckie – teoria i praktyka, Warszawa  Akty Prawne:  Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej (Dz.U. z 1997r., Nr 78, poz. 483 z późn. zm.).  Dyrektywa 2006/214/WE z 14 grudnia 2006r. dotycząca reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej (DZ.U. WE L 2006.376.21 ze zm.).  Dyrektywa 2000/31/WE o handlu elektronicznym z dnia 8 czerwca 2000r. (DZ.U. WE L 2006.178.1).  Dyrektywa 2010/13/WE o audiowizualnych usługach medialnych z dnia 10 marca 2010r. (DZ.U. WE L 2010.95.1 ze zm).  Dyrektywa 2001/83/WE w sprawie wspólnotowego kodeksu odnoszącego się do produktów leczniczych stosowanych u ludzi (DZ.U. WE L 2001.311.67 ze zm.).  Dyrektywa 2003/33/WE w sprawie zbliżenia przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich odnoszących się do reklamy i sponsorowania wyrobów tytoniowych (DZ.U. WE L 2001.152.16 ze zm.).  Dyrektywa w sprawie zbliżenia ustawodawstw Państw Członkowskich dotyczących produktów kosmetycznych z dnia 27 lipca 1976r. (Dz.U. WE L 176.262.169 ze zm.).  Dyrektywa 2000/13/WE w sprawie zbliżenia ustawodawstw Państw Członkowskich w zakresie etykietowania, prezentacji i reklamy produktów spożywczych (DZ.U. WE L 2000.109.29 ze zm.).  Dyrektywa 2002/46/WE w sprawie zbliżenia ustawodawstw Państw Członkowskich odnoszących się do suplementów żywnościowych (Dz.U. WE L 2002.183.51 ze zm.).  Dyrektywa 2006/123/WE dotycząca usług na rynku wewnętrznym (Dz.U. WE L 2006.376.36).  Ustawa Kodeks Cywilny z dnia 23 kwietnia 1965r. (Dz.U. Nr 16, poz. 93 z późn. zm.).  Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z dnia 16 kwietnia 1993r. (tekst jedn. Dz.U. z 2003r., Nr 153, poz. 1503 z późn. zm.).  Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 16 lutego 2007r. (Dz.U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.).  Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego z dnia 27 lipca 2002r. (Dz. U. 141, poz. 1176 z późn. zm.).  Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym z dnia 23 sierpnia 2007r. (Dz.U. Nr 171, poz. 1206).  Ustawa o świadczeniu usług na terytorium RP z dnia 4 marca 2010r. (Dz.U. Nr 47, poz. 278 z późn. zm.).  Ustawa o radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 1992r. (tekst jedn. DZ.U. z 2011r., Nr 43, poz. 226 z późn. zm.).  Ustawa Prawo farmaceutyczne z dnia 6 września 2001r. (tekst jedn. Dz.U. z 2008r., Nr 45, poz. 271 z późn. zm.).  Ustawa o refundacji leków, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz wyrobów medycznych z dnia 12 maja 2011r. (Dz.U. Nr 122, poz. 296 z późn. zm.).  Ustawa o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi z dnia 26 października 1982r. (tekst jedn. Dz.U. z 2012, poz. 1356 z późn. zm.).  Ustawa o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych z dnia 9 listopada 1995 (Dz.U. z 1996r., Nr 10, poz. 55 z późn. zm.).  Ustawa o bezpieczeństwie żywności i żywienia z dnia 25 sierpnia 2006r. (tekst jedn. Dz.U. z 2010r. Nr 136, poz. 914 z późn. zm.).  Ustawa o kosmetykach z dnia 30 marca 2001r. (Dz.U. Nr 42, poz. 473 z późn. zm.).  Ustawa Prawo budowlane z dnia 7 lipca 1994r. (tekst jedn. Dz.U. z 2010r., Nr 243, poz. 1623 z późn. zm.).  Ustawa o podatku dochodowym od osób fizycznych z dnia 26 lipca 1991r. (tekst jedn. Dz.U. z 2012r., poz. 361 z późn. zm.).  Ustawa o podatku dochodowym od osób pranych z dnia 15 lutego 1992r. (tekst jedn. Dz.U. z 2011r. Nr 74, poz. 397 z późn. zm.).  Kodeksy etyczne zawodów zaufania publicznego. | | |
| 17 | Forma zaliczenia poszczególnych komponentów przedmiotu/modułu, sposób sprawdzenia osiągnięcia zamierzonych efektów kształcenia:  ~~wykład:~~  ~~seminarium:~~  ~~laboratorium:~~  konwersatorium: zaliczenie na podstawie obecności na konwersatoriach oraz aktywności studenta w czasie zajęć, która będzie oceniana na bieżąco. Student argumentuje, stawia i broni tezy dotyczące zagadnień prawa reklamy, rozwiązuje kazusy i odpowiada na pytania dotyczące treści zajęć, opracowuje samodzielnie lub w grupie prezentację poświęconą wybranym aspektom prawa reklamy oraz uczestniczy w debacie oksfordzkiej na wybrany w grupie temat.  ~~inne:~~ | | |
| 18 | **Język wykładowy:**  Polski | | |
| 19 | **Obciążenie pracą studenta** | | |
|  | Forma aktywności studenta | | Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności |
|  | Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem:  - ~~wykład:~~  - ćwiczenia: 12  ~~- laboratorium:~~  ~~- inne:~~ | | 12 |
|  | Praca własna studenta np.:  - przygotowanie do zajęć: 21  - opracowanie wyników:  - czytanie wskazanej literatury: 42  - napisanie raportu z zajęć:  - przygotowanie do egzaminu: | | 63 |
|  | Suma godzin | | 75 |
|  | **Liczba punktów ECTS** | | 3 |