

WYDZIAŁ INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA**KARTA PRZEDMIOTU****Nazwa w języku polskim RYNKOWA OCHRONA KONSUMENTÓW****Nazwa w języku angielskim MARKET CONSUMER PROTECTION****Kierunek studiów (jeśli dotyczy): Zarządzanie****Specjalność (jeśli dotyczy): Zarządzanie przedsiębiorstwem****Stopień studiów i forma: I stopień, niestacjonarny****Rodzaj przedmiotu: wybieralny****Kod przedmiotu PRZ1140****Grupa kursów NIE**

	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium
Liczba godzin zajęć zorganizowanych w Uczelni (ZZU)	20	10			
Liczba godzin całkowitego nakładu pracy studenta (CNPS)	60	60			
Forma zaliczenia	zaliczenie na ocenę	zaliczenie na ocenę			
Dla grupy kursów zaznaczyć kurs końcowy (X)					
Liczba punktów ECTS	2	2			
w tym liczba punktów odpowiadająca zajęciom o charakterze praktycznym (P)		2			
w tym liczba punktów ECTS odpowiadająca zajęciom wymagającym bezpośredniego kontaktu (BK)	0,66	0,33			

*niepotrzebne skreślić

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI**Podstawowa znajomość Konstytucji RP.****CELE PRZEDMIOTU****C1 Zaznajomienie słuchaczy z podstawowymi prawami konsumenta****C2 Wyraźne zaakcentowanie faktu, iż każda organizacja gospodarcza odpowiada za produkty wprowadzane na rynek****C3 Przybliżenie najważniejszych regulacji z zakresu relacji między konsumentami i przedsiębiorcami**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA

Z zakresu wiedzy:

PEK_W01 – Zna podstawowe prawa konsumentów w umowach z przedsiębiorcami

PEK_W02 – Zna podstawowe przepisy regulujące wzajemne relacje pomiędzy konsumentami i przedsiębiorcami.

Z zakresu umiejętności:

PEK_U01 - Umie zastosować prokonsumenckie rozwiązania w praktyce

PEK_U02 – Umie skutecznie egzekwować konsumenckie prawa

Z zakresu kompetencji społecznych:

PEK_K01 – Przygotowany jest do tego, aby działać etycznie i profesjonalnie

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć - wykład		Liczba godzin
Wy1	Wprowadzenie do problematyki – pojęcie prawa konsumenckiego, miejsce prawa konsumenckiego w systemie prawa, podmioty prawa konsumenckiego, geneza prawa konsumenckiego, przesłanki ochrony konsumentów, podstawowe prawa konsumenta	2
Wy2	Egzekucja roszczeń konsumenckich – instytucje chroniące prawa konsumenta, polubowne sądy konsumenckie, sądowe dochodzenie roszczeń przez konsumentów, przesłanki zwalniające przedsiębiorców od odpowiedzialności reklamacyjnej	2
Wy3	Nowoczesne formy sprzedaży – sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość ze szczególnym uwzględnieniem sprzedaży internetowej, przesłanki ochrony konsumenta przy tego rodzaju sprzedaży, podstawowe prawa konsumenta związane z taką sprzedażą, prezentacja przykładów praktycznych	4
Wy4	Reklamacje usług – ogólne rozwiązania z kodeksu cywilnego, reklamacje wybranych usług (usługi telekomunikacyjne, przewozowe i turystyczne), reklamacje usług lotniczych, istota zadatku i zaliczki, prezentacja przykładów praktycznych	4
Wy5	Bezpieczeństwo i zdrowie konsumenta – najważniejsze unijne regulacje w zakresie ochrony życia i zdrowia konsumenta, pojęcie produktu niebezpiecznego, odpowiedzialność za produkt niebezpieczny, przesłanki odpowiedzialności, przesłanki zwalniające producenta od odpowiedzialności, prezentacja przykładów praktycznych, prewencyjne rozwiązania z zakresu bezpieczeństwa konsumentów, najważniejsze obowiązki organizacji gospodarczych w tym zakresie, uprawnienia organów nadzorujących rynek, wycofywanie produktu niebezpiecznego z rynku, System Rapex, Oznakowanie CE, przykładowe produkty z oznakowaniem CE.	4
Wy6	Zakazane klauzule w umowach z konsumentami – przesłanki uznania danego zapisu za niedozwolony, przykłady praktyczne niedozwolonych zapisów. Zakazane praktyki stosowane przez przedsiębiorców – przesłanki uznania danej praktyki za zakazaną, zasadnicze sankcje za stosowanie tego typu praktyk.	2
Wy7	Kolokwium. Zaliczenie przedmiotu.	2
	Suma godzin	20

Forma zajęć - ćwiczenia		Liczba godzin
Ćw1	Reklamacje towarów – najważniejsze pojęcia związane z reklamacjami: rękojmia, gwarancja producencka, niezgodność towaru z umową, procedury reklamacyjne przy sprzedaży towarów, obowiązki sprzedawcy i producenta, uprawnienia konsumenta, sprzedaż towarów w promocji i w przecenie,	4

	prezentacja przykładów praktycznych	
Ćw2	Rozwiązywanie problemów praktycznych związanych z reklamacjami towarów	2
Ćw3	Rozwiązywanie problemów praktycznych związanych z reklamacjami usług i sprzedażą internetową oraz bezpieczeństwem użytkowników	2
Ćw4	Najczęstsze umowy konsumenckie i pułapki z nimi związane (sprzedaż, najem, ubezpieczenie). Kolokwium	2
	Suma godzin	10

Forma zajęć - laboratorium		Liczba godzin
La1		
La2		
La3		
	Suma godzin	

Forma zajęć - projekt		Liczba godzin
Pr1		
Pr2		
Pr3		
	Suma godzin	

Forma zajęć - seminarium		Liczba godzin
Se1		
Se2		
Se3		
	Suma godzin	

STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	
N1. Wykład tradycyjny z wykorzystaniem transparencji i slajdów N2. Konsultacje N3. Praca własna – samodzielne studia	

OCENA OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Oceny (F – formująca (w trakcie semestru), P – podsumowująca (na koniec semestru))	Numer efektu kształcenia	Sposób oceny osiągnięcia efektu kształcenia
F1	PEK_U01 PEK_U02 PEK_K01	Wykład z prezentacją multimedialną
F2	PEK_W01 PEK_W02	Pisemne kolokwium
P=F2		

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

LITERATURA PODSTAWOWA:

- [1] E.Nowińska, P.Cybula (red), *Europejskie prawo konsumenckie a prawo polskie*, Wydawnictwo Zakamycze, Kraków 2005.
- [2] E.Łętowska E., *Europejskie prawo umów konsumenckich*, C.H.Beck, Warszawa 2004.
- [3] M.Jagielska, *Odpowiedzialność za produkt*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2009.
- [4] A.Cieśliński (red), *Wspólnotowe prawo gospodarcze*, 2.wydanie, C.H.Beck, Warszawa 2007.
- [5] F.Grzegorzczak, *Prawo konsumenckie w Unii Europejskiej*, LexisNexis, Warszawa 2009

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

- [1] K. Zymonik, *Gwarancja producencka (komercyjna)*, „Problemy Jakości” 2008, nr 2.
- [2] K. Zymonik, *Oznakowanie CE - nowe wyzwanie dla polskich przedsiębiorców*, Problemy Jakości 2005, nr 10, s.9-13.
- [3] K. Zymonik, *Odpowiedzialność za produkt w kodeksowych rozwiązaniach reklamacyjnych*, Problemy Jakości 2008, nr.4, s.28-31.

OPIEKUN PRZEDMIOTU (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr KRZYSZTOF ZYMONIK
e-mail: krzysztof.zymonik@pwr.wroc.pl

MACIERZ POWIĄZANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU
RYNKOWA OCHRONA KONSUMENTÓW
Z EFEKTAMI KSZTAŁCENIA NA KIERUNKU **Zarządzanie**
I SPECJALNOŚCI **Zarządzanie przedsiębiorstwem**

Przedmiotowy efekt kształcenia	Odniesienie przedmiotowego efektu do efektów kształcenia zdefiniowanych dla kierunku studiów i specjalności (o ile dotyczy)**	Cele przedmiotu***	Treści programowe***	Numer narzędzia dydaktycznego***
PEK_W01	K1_ZARZ_W06	C3	Wy1, Ćw1	N1, N2, N3
PEK_W02	K1_ZARZ_W04	C1,C2,C3	Wy2-6 Ćw1,2	N1, N2, N3
PEK_U01	K1_ZARZ_U06	C1,C3	Wy1,3-6 Ćw1-4	N1, N2, N3
PEK_U02	K1_ZARZ_U06	C1,C3	Wy2,4,5 Ćw1-4	N1, N2, N3
PEK_K01	K1_ZARZ_K06	C1,C2	Wy1-6 Ćw1-4	N1, N2, N3

** - wpisać symbole kierunkowych/specjalnościowych efektów kształcenia

*** - z tabeli powyżej