



**MAŁOPOLSKA WYŻSZA SZKOŁA EKONOMICZNA W TARNOWIE**  
**KARTA PROGRAMOWA**

Moduł kształcenia	Prawo konsumenckie	
Nazwa modułu kształcenia w języku angielskim	Consumer law	
Kierunek studiów	zarządzanie	
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	
Forma kształcenia	studia stacjonarne	
Poziom przedmiotu (podstawowy/specjalnościowy/ ogólnouczelniany/kierunkowy/praktyczny)	specjalnościowy	
Status przedmiotu (obowiązkowy/do wyboru)	do wyboru	
Poziom modułu kształcenia	studia I stopnia	
Język wykładowy	polski	
Semestr realizacji modułu	IV,V,VI	
Liczba punktów ECTS	4	
Liczba godzin	Forma modułu: wykład	Forma modułu: ćwiczenia
	30	-
Jednostka realizująca moduł	Katedra Zarządzania	
Moduły poprzedzające	Encyklopedia prawa, prawo cywilne	

### Syntetyczna charakterystyka modułu

Przedmiot poświęcony jest zagadnieniom związanym z szeroko rozumianym prawem konsumenckim, z uwzględnieniem projektowanych rozwiązań legislacyjnych oraz relacji B2C.

### Cele modułu

Zapoznanie się z prawami konsumentów oraz przepisami regulującymi kwestie ochrony konsumentów w Polsce. Zapoznanie się z procesem dostosowania polskiego prawa konsumenckiego do prawa UE oraz pozasądowym i sądowym rozstrzygnięciem sporów konsumenckich oraz z aspektami psychologicznych zachowań konsumenckich.

### Opis efektów kształcenia modułu

Symbol efektu kształcenia dla modułu	Osiągnięte efekty kształcenia	Odniesienie do efektów kształcenia dla kierunku
<b>Wiedza:</b>		
W_01	Zna podstawy uregulowań prawnych obowiązujących w Polsce i na świecie; wyjaśnia uwarunkowania formalno-prawne funkcjonowania różnych typów organizacji oraz znaczenie określonych norm i standardów w działalności organizacji i jednostek ludzkich (np. normy pracy, normy moralne, normy jakości, normy społeczne)	K_W11++ K_W14++
W_02	Zna istotę przedsiębiorczości i rozumie proces tworzenia wartości oraz zna procedurę zakładania działalności gospodarczej	
<b>Umiejętności:</b>		
U_01	Wykorzystuje różnorodne źródła informacji i potrafi ocenić ich przydatność w celu rozwiązania problemu	K_U07++ K_U08++ K_U09++
U_02	Wykorzystuje przepisy prawa oraz systemy znormalizowane przedsiębiorstwa (rachunkowość) w celu uzasadniania konkretnych działań	
U_03	Analizuje ryzyko wynikające z działalności gospodarczej i ujmuje jego skutki w odpowiedniej formie	

Kompetencje społeczne:		
K_01	Rozumie potrzebę, zna sposoby i możliwości ciągłego dokształcania się oraz podnoszenia kompetencji zawodowych, osobistych i społecznych	K_K04++ K_K05++
K_02	Zachowuje się profesjonalnie i etycznie, zwłaszcza w sytuacjach konfliktowych	

Treści kształcenia modułu	
Forma modułu: wykład	Forma modułu: ćwiczenia
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pojęcie konsumenta i przedsiębiorcy w prawie polskim oraz ich wzajemne relacje.</li> <li>2. Źródła prawa konsumenckiego w Unii Europejskiej i w Polsce oraz prawa konsumentów.</li> <li>3. Instytucje administracyjne i publiczne chroniące interesy konsumentów w prawie Polskim.</li> <li>4. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Urząd Kontroli Elektronicznej jako regulatory polityki konsumenckiej w Polsce.</li> <li>5. Inspekcja Handlowa, jej rola i zadania.</li> <li>6. Zadania samorządu terytorialnego w zakresie ochrony interesów konsumentów oraz rola Powiatowego (Miejskiego) Rzecznika Konsumentów w realizacji tychże zadań.</li> <li>7. Organizacje społeczne (konsumenckie) i ich rola w systemie ochrony konsumenckiej w Polsce.</li> <li>8. Organy ścigania i ich rola w przestrzeganiu praw konsumenckich w Polsce.</li> <li>9. Organizacje arbitrażu branżowego.</li> <li>10. Inne instytucje.</li> <li>11. Edukacja konsumencka jako integralny element polityki konsumenckiej.</li> <li>12. Wybrane zagadnienia polskiego prawa konsumenckiego.</li> <li>13. Umowa i jej znaczenie w obrocie z udziałem konsumentów.</li> <li>14. Czynności prawne.</li> <li>15. Zadek a zaliczka.</li> <li>16. Wzorzec umowy.</li> <li>17. Niedozwolone postanowienia umowne.</li> <li>18. Ochrona dóbr osobistych jako podstawa ochrony konsumenta przed naruszeniem jego prywatności.</li> <li>19. Ochrona danych osobowych.</li> <li>20. Umowa sprzedaży.</li> <li>21. Gwarancja jakości.</li> <li>22. Sprzedaż konsumencka i gwarancja konsumencka.</li> <li>23. Cena oraz zasady uwidaczniania cen.</li> <li>24. Umowa o dzieło.</li> <li>25. Umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa.</li> <li>26. Umowa zawierana na odległość.</li> <li>27. Usługi bankowe i obszary naruszeń interesów konsumentów.</li> <li>28. Usługi turystyczne.</li> <li>29. Konsument w sieci.</li> <li>30. Bezpieczeństwo produktu i produkt niebezpieczny w prawie polskim.</li> <li>31. Ochrona języka polskiego na terytorium RP i oddziaływanie tej ochrony na obrót prawny w naszym kraju.</li> <li>32. Konkurencja, nieuczciwa konkurencja i zakazy konkurencji w prawie polskim.</li> <li>33. Przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom</li> </ol>	

<p>rynkowym. Ochrona praw konsumenckich w sferze przeciwdziałania praktykom monopolistycznym.</p> <p>34. Zbiorowe praktyki naruszające interes konsumentów. Kwestie związane z nieuczciwą reklamą.</p> <p>35. Znakowanie żywności oraz reklamowanie towaru żywnościowego.</p> <p>36. Reklamacje zwierząt.</p> <p>37. Kosmetyki.</p> <p>38. Działalność gospodarcza i jej znaczenie dla ochrony interesów konsumenckich w Polsce w świetle ustawy Prawo działalności gospodarczej oraz ustawy o swobodzie</p> <p>39. działalności gospodarczej oraz innych ustaw.</p> <p>40. Ograniczenie prowadzenia działalności gospodarczej przez osoby pełniące funkcje publiczne.</p> <p>41. Udostępnianie informacji gospodarczych.</p> <p>42. Odpowiedzialność podmiotów zbiorowych za czyny zabronione pod groźbą kary.</p> <p>43. Krajowy Rejestr Sądowy jako źródło informacji przydatnej konsumentowi.</p> <p>44. Podatek od czynności cywilno-prawnych.</p> <p>45. Rozwiązywanie sporów konsumenckich.</p> <p>46. Polubowne sądownictwo konsumenckie.</p> <p>47. Sądownictwo Powszechne.</p> <p>48. Przesłpstwa i wykroczenia popełniane na szkodę konsumentów tzw. upadłość konsumencka.</p>	
---	--

<b>Literatura podstawowa</b>	1. Nestoruk I. B., <i>Prawo konsumenckie w Polsce i Unii Europejskiej: testy, kazusy, tablice</i> , Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa 2011.
<b>Literatura uzupełniająca</b>	1. Zdyb M., <i>Wspólnotowe i polskie publiczne prawo gospodarcze</i> , t. I i II, Oficyna, Warszawa 2008, 2. K. Podgórski, <i>Pojęcie konsumenta w przepisach prawa polskiego</i> , Informator Rzeczników Konsumentów, Rok II, Nr 3 marzec 2011 r.

<b>Metody dydaktyczne</b>
Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, studium przypadków.