

Prawo ochrony konkurencji i konsumentów

Kod przedmiotu	C4	Nazwa przedmiotu	Prawo ochrony konkurencji i konsumentów	
Kierunek			Administracja - studia drugiego stopnia	
Rodzaj przedmiotu lub modułu			C. Moduł kształcenia kierunkowego	
Profil kształcenia (studiów)		praktyczny		
Semestr		2		
Osoba koordynująca przedmiot				
Osoby prowadzące zajęcia				
Język prowadzenia zajęć		Język polski		
Wymiar godzinowy zajęć i pracy studenta			Stacjonarne	Niestacjonarne
1. Wykłady (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)			15	9
2. Inne formy (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)			45	27
Razem 1+2			60	36
3. Praktyki (realizowane samodzielnie przez studentów)			—	—
4. Praca własna studenta (w tym prace domowe i projektowe, przygotowanie się do zaliczenia/egzaminu)			15	39
Razem 3+4			15	39
SUMA 1+2+3+4			75	75
Łącznie punktów ECTS wg planu studiów			3	3
Wymagania wstępne i dodatkowe				
Ogólna wiedza w zakresie prawoznawstwa.				
Opis efektów uczenia się dla przedmiotu				
	OPIS PRZEDMIOTOWEGO EFEKTU UCZENIA SIĘ			SYMBOL EKK (odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się)

	ma wiedzę – zna i rozumie:	Kod efektu kierunkowego
	zaawansowaną wiedzę ogólną z prawa ochrony konkurencji i konsumentów	ADM.II_W01
	główne tendencje rozwojowe prawa ochrony konkurencji i konsumentów	ADM.II_W03
	normatywne uwarunkowania działalności zawodowej w zakresie administracji	ADM.II_W07
	zasady i normy prawne, w tym z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego	ADM.II_W08
	ma następujące umiejętności – potrafi, umie:	
	formułować i rozwiązywać problemy oraz wykonywać zadania typowe dla działalności zawodowej w zakresie administracji	ADM.II_U03
	analizować i oceniać, monitorować i przewidywać rozwój sytuacji (trendów) w dziedzinie prawa ochrony konkurencji i konsumentów	ADM.II_U05
	wykonywać zadania zawodowe wymagające zastosowania wiedzy z zakresu prawa ochrony konkurencji i konsumentów	ADM.II_U08
	upowszechniać w różnych formach wiedzę zawodową dotyczącą prawa ochrony konkurencji i konsumentów	ADM.II_U16
	posiada następujące kompetencje społeczne – ma świadomość i jest gotów do:	
	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści, w szczególności w odniesieniu do problematyki prawa ochrony konkurencji i konsumentów	ADM.II_K01
	wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz inicjowania działań na rzecz interesu publicznego	ADM.II_K03
Cele kształcenia		
Omówienie systemu prawnej ochrony konkurencji i konsumenta w Polsce (również w zakresie relacji prawa polskiego z prawem UE), w tym w szczególności istoty regulacji, zakresu podmiotowego, przedmiotowego i terytorialnego, pojęć konkurencji i konsumenta oraz ustrojowych, materialnych i proceduralnych aspektów zakazów antykonsumenckich i antykonkurencyjnych praktyk przedsiębiorców, jak również zasad kontroli koncentracji przedsiębiorców.		
Treści kształcenia		
Wykłady: – Pojęcie konkurencji w aspekcie wolności i uczciwości konkurencji; pojęcie zagrożenia konkurencji; pojęcie zakazu konkurencji i cechy charakterystyczne prawnej regulacji zakazu konkurencji; pojęcie interesu konkurencyjnego; klauzule konkurencyjne. – System ochrony konkurencji. Polskie prawo konkurencji na tle standardów europejskich. – Pojęcie czynu nieuczciwej konkurencji (klauzula generalna jako podstawa prawna kwalifikacji oznaczonego zachowania jako czynu nieuczciwej konkurencji; katalog		

nazwanych czynów nieuczciwej konkurencji).

- Prawo ochrony własności intelektualnej a prawo ochrony konkurencji i konsumentów.
- Ochrona oznaczeń odróżniających (ochrona oznaczeń przedsiębiorcy, przedsiębiorstwa, znaków towarowych).
- Ochrona oznaczeń geograficznych. Merchandising.
- Ochrona przed informacjami nieprawdziwymi lub wprowadzającymi w błąd.
- Prawo do informacji a reklama (reklama wprowadzająca w błąd; reklama porównawcza; reklama sprzeczna z przepisami prawa i dobrymi obyczajami; reklama ukryta; reklama ingerująca w sferę prywatności).
- Konstrukcja przekazu reklamowego a nośniki reklamy. Reklama internetowa.
- Ochrona tajemnicy przedsiębiorstwa. Kopiowanie zewnętrznej postaci produktu. Dezorganizacja działalności przedsiębiorstwa.
- Utrudnianie dostępu do rynku.
- Odpowiedzialność cywilna za czyny nieuczciwej konkurencji.
- Zakazy porozumień ograniczających konkurencję (transakcje wyłączne, selektywna dystrybucja, umowy franchisingowe)..

Inne formy zajęć:

- System ochrony konkurencji i konsumenta. Podstawowe wartości chronione. Podstawy konstytucyjne. Instytucje.
- Ochrona (wolnej) konkurencji (ochrona antymonopolowa). Zakres jednostronnych praktyk monopolistycznych.
- Bezwzględny zakaz nadużywania pozycji dominującej. Przykłady.
- Względny zakaz porozumień ograniczających konkurencję; zakaz karteli; wyłączenia spod zakazu. Przykłady zakazanych działań kolektywnych.
- Prewencyjna kontrola koncentracji; transakcje podlegające kontroli; testy konkurencji. Przykłady koncentracji zakazanych
- Pojęcie konsumenta, instytucje ochrony konsumentów
- Zbiorowe interesy konsumentów
- Ochrona konsumentów w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji
- Umowy konsumenckie (niedozwolone postanowienia umowne, wzorce umów)
- Odpowiedzialność za produkt niebezpieczny
- Sprzedaż konsumencka
- Umowy zawierane na odległość, Umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa, Usługi

turystyczne, kredyt konsumencki.	
Zalecana literatura	
Podstawowa:	
– M. Zdyb, M. Sieradzka (red.), Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz, Warszawa 2016 – A. Powałowski, Prawo ochrony konkurencji, Warszawa 2015. – C. Banasiński (red.), Polskie prawo antymonopolowe. Zarys wykładu, Wyd. Wolters Kluwer 2018.	
Uzupełniająca:	
– C. Banasiński, Publicznoprawne aspekty ochrony konkurencji (prawo antymonopolowe i prawo pomocy publicznej), Rozdział XI w: Prawo gospodarczego. Zagadnienia administracyjnoprawne (Red. H. Gronkiewicz – Waltz, M. Wierzbowski), Warszawa 2017 – Prawo konkurencji w systemie publicznego prawa gospodarczego (Rozdział XI) w: Systemie Prawa Administracyjnego. Publiczne prawo gospodarcze. Tom 8B (red. R. Hauser, Z. Niewiadomski, A. Wróbel), C.H.Beck. Warszawa 2013 – E. Nowińska, U. Promińska, M. du Vall, Prawo własności przemysłowej, Warszawa 2008. – E. Nowińska, M. du Vall, Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Warszawa 2010.	
Metody i formy prowadzenia zajęć	Tak (X) / nie
Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	
Wykład konwersatoryjny	
Wykład problemowy	X
Wykład informacyjny	X
Dyskusja	X
Praca z tekstem	
Metoda analizy przypadków	X
Uczenie problemowe (Problem-based learning)	X
Gra dydaktyczna/symulacyjna	X
Metoda ćwiczeniowa	
Metoda warsztatowa	X
Metoda projektu	X
Prezentacja multimedialna	
Demonstracje dźwiękowe i/lub video	X

Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli śniegowej”, konstruowanie „map myśli”)	X
Praca w grupach	X
Praca indywidualna ze studentem (w tym tutoring)	
Hospitacje zajęć realizowanych przez nauczycieli lub innych studentów	
Samodzielne prowadzenie zajęć z dziećmi (uczniami, wychowankami)	
Inne (jakie?) -	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się	Tak (X) / nie
Egzamin pisemny	X
Egzamin ustny	
Zaliczenie pisemne na zakończenie zajęć	
Zaliczenie ustne na zakończenie zajęć	X
Kolokwium pisemne śródsesestralne	
Kolokwium ustne śródsesestralne	
Test	X
Esej	X
Raport	X
Prezentacja multimedialna	
Udział w debacie	X
Projekt lub wytworzenie produktu	X
Sprawozdania z zajęć laboratoryjnych	
Inne (jakie?) -	
Uwagi prowadzącego	
Skala ocen i sposób ustalania ocen	
Skala ocen:	Ocena ustalana jest na podstawie następującej skali:
niedostateczny (2)	Poniżej 55.00 % - ocena 2
dostateczny (3)	55.00 % i więcej - ocena 3
dostateczny plus (3,5)	60.00 % i więcej - ocena 3,5
dobry (4)	70.00 % i więcej - ocena 4
dobry plus (4,5)	80.00 % i więcej - ocena 4,5
bardzo dobry (5)	90.00 % i więcej - ocena 5

