

## Opis zajęć (syllabus): Ochrona konsumentów na rynku usług

|                               |  |             |          |
|-------------------------------|--|-------------|----------|
| Nazwa zajęć:                  | <b>Ochrona konsumentów na rynku usług</b>  | <b>ECTS</b> | <b>3</b> |
| Nazwa zajęć w j. angielskim:  | Consumer Protection in the Services Market |             |          |
| Zajęcia dla kierunku studiów: | <b>Finanse i Rachunkowość</b>              |             |          |

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| Język wykładowy: <b>polski</b>                        |  | Poziom studiów: <b>1</b>                |  |
| Forma studiów:<br><b>stacjonarne i niestacjonarne</b> | Status zajęć:<br><b>kierunkowy - do wyboru</b> | Numer semestru:<br><b>semestr letni</b> |  |
| Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik): |  | <b>2019/2020</b>                        | Numer katalogowy:<br><b>EKR-F-1SZ-X-58-KF-2019</b> |

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| Koordynator zajęć:                      | <b>prof. dr hab. Irena Ozimek</b>   |  |  |
| Prowadzący zajęcia:                     | <b>prof. dr hab. Ozimek Irena; dr Szlachciuk Julita; dr Pomianek Iwona</b>  |  |  |
| Jednostka realizująca:                  | <b>Katedra Polityki Rozwoju i Marketingu</b>  |  |  |
| Jednostka zlecająca:                    | <b>Wydział Ekonomiczny</b>  |  |  |
| Założenia, cele i opis zajęć:           | <p>a. poznanie praw przysługujących konsumentom oraz regulacji prawnych w zakresie ochrony i edukacji konsumentów;</p> <p>b. poznanie wymagań i konsekwencji nieprzestrzegania regulacji prawnych dotyczących ochrony konsumentów z perspektywy przedsiębiorców</p> <p><b>Wykład</b><br/>Geneza rozwoju ochrony konsumentów na świecie i w Polsce. Polityka konsumencka w UE. Zadania administracji publicznej w ochronie i edukacji konsumentów (UOKIK, powiatowy/miejski rzecznik konsumentów). Rola inspekcji kontrolnych w ochronie konsumentów. Działalność pozarządowych organizacji konsumenckich i organizacji arbitrażowych w ochronie konsumentów. Działalność Europejskiego Centrum Konsumenckiego. Regulacje prawne dotyczące reklamy oraz promocji sprzedaży. Czyny nieuczciwej konkurencji. Zasady sprzedaży towarów i usług, w tym sprzedaży prowadzonej z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa. Odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu rękojmi. Zasady postępowania reklamacyjnego. Możliwości dochodzenia roszczeń przez konsumentów. Polubowne rozwiązywanie sporów konsumenckich. Przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom rynkowym. Ochrona zbiorowych interesów konsumentów.</p> <p><b>Ćwiczenia</b><br/>Klasyfikacja i charakterystyka źródeł informacji konsumenckiej z zakresu ochrony konsumentów. Niedozwolone klauzule umowne. Wybrane aspekty zasad etykietowania żywności. Zasady uwidaczniania cen towarów i usług. Ochrona konsumentów na rynku usług turystycznych. Prawa pasażerów. Zasady sprzedaży przez Internet w kontekście poprawności prezentowanych informacji na stronach internetowych. Prezentacja ulotki popularyzującej prawa konsumentów.</p> |  |  |
| Formy dydaktyczne, liczba godzin:       | <p>a. wykład - liczba godzin: stacj: 20, niestacj. 12</p> <p>b. ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 10, niestacj. 4</p>   |  |  |
| Metody dydaktyczne:                     | dyskusja, rozwiązywanie problemu, analiza i interpretacja tekstów źródłowych, konsultacje, wykład konwersacyjny, indywidualne projekty studenckie   |  |  |
| Wymagania formalne i założenia wstępne: |   |  |  |
| Efekty uczenia się:                     | <p><b>Wiedza - Zna i rozumie:</b></p> <p>1. zna prawa przysługujące konsumentom i podstawowe regulacje z zakresu ochrony konsumentów oraz instytucje i organizacje zajmujące się ochroną i edukacją konsumentów</p> <p>2. zna podstawowe wymagania prawne dotyczące zasad promocji (w tym reklamy), sprzedaży i reklamacji towarów i usług, a także istotę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w tym czynów nieuczciwej konkurencji i nieuczciwych praktyk rynkowych oraz konsekwencje ich stosowania</p>  | <p><b>Umiejętności - Potrafi:</b></p> <p>3. umie wyszukiwać i analizować akty prawne oraz potrafi pozyskać informacje z różnych źródeł dotyczące ochrony konsumentów</p> | <p><b>Kompetencje - Jest gotów do:</b></p> <p>4. ma świadomość potrzeby dokształcania się z zakresu ochrony konsumentów z uwagi na zmieniające się regulacje prawne oraz ma świadomość znaczenia społecznej, etycznej i zawodowej odpowiedzialności za nieprzestrzeganie praw konsumentów i stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych oraz nieuczciwej konkurencji</p> |

|   |   |
|---|---|
| Sposób weryfikacji efektów uczenia się:   | egzamin pisemny (efekty: 1,2), ocena wystąpień w trakcie zajęć (efekty: 3,4), ocena prac wykonywanych w ramach pracy własnej studenta (efekty: 3,4), ocena aktywności w trakcie zajęć (efekty: 1,2), projekt ulotki (efekty: 1,2,3) |
| Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się:  | prace pisemne, karty oceny studenta (w tym na listach obecności), zestaw pytań, indywidualne projekty studenckie  |
| Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową:  | egzamin pisemny - 60%, ocena wystąpień w trakcie zajęć - 10%, ocena prac wykonywanych w ramach pracy własnej studenta - 10%, ocena aktywności w trakcie zajęć - 5%, projekt ulotki - 15%  |
| Miejsce realizacji zajęć:   | sala wykładowa, sala ćwiczeniowa  |
| Literatura podstawowa i uzupełniająca:  |   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dąbrowska A. (red.). 2013. Ochrona i edukacja konsumentów na wybranych rynkach usług. Wyd. PWE, Warszawa.</li> <li>2. Ozimek I. 2013. Ochrona konsumentów korzystających z usług - wybrane zagadnienia. Wyd. SGGW, Warszawa.</li> <li>3. Dąbrowska A., Bylok F., Janoś-Kresło M., Kielczewski D., Ozimek I. 2016. Kompetencje konsumentów Innowacyjne zachowania, zrównoważona konsumpcja. Wyd. PWE, Warszawa.</li> <li>4. Akty prawne z zakresu prawa konsumenckiego.</li> </ol> |   |
| Uwagi:<br>Egzamin odbywa się w trakcie semestru, po zakończeniu realizacji zajęć., ogólne   |   |

|   |                       |
|---|-----------------------|
| <b>Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot:</b>  |                       |
| Szacunkowa sumaryczna liczba godzin pracy studenta (kontaktowych i pracy własnej) niezbędna dla osiągnięcia zakładanych dla zajęć efektów uczenia się - na tej podstawie należy wypełnić pole ECTS: | <b>72/68</b>          |
| Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia:                                  | <b>1.68/1.12 ECTS</b> |

| <b>Tabela zgodności kierunkowych efektów uczenia się z efektami przedmiotu:</b> |  |  |   |
|---|--|--|---|
| Kategoria efektu  | Efekty uczenia się dla zajęć:  | Odniesienie do efektów dla programu studiów dla kierunku | Oddziaływanie zajęć na efekt kierunkowy*) |
| Wiedza  | 1. zna prawa przysługujące konsumentom i podstawowe regulacje z zakresu ochrony konsumentów oraz instytucje i organizacje zajmujące się ochroną i edukacją konsumentów   | FIR1_KW05  | 3   |
|   | 2. zna podstawowe wymagania prawne dotyczące zasad promocji (w tym reklamy), sprzedaży i reklamacji towarów i usług, a także istotę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w tym czynów nieuczciwej konkurencji i nieuczciwych praktyk rynkowych oraz konsekwencje ich stosowania                      | FIR1_KW05  | 3   |
| Umiejętności  | 3. umie wyszukiwać i analizować akty prawne oraz potrafi pozyskać informacje z różnych źródeł dotyczące ochrony konsumentów  | FIR1_KU01  | 2   |
|   |  |  |   |
| Kompetencje   | 4. ma świadomość potrzeby dokształcania się z zakresu ochrony konsumentów z uwagi na zmieniające się regulacje prawne oraz ma świadomość znaczenia społecznej, etycznej i zawodowej odpowiedzialności za nieprzestrzeganie praw konsumentów i stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych oraz nieuczciwej konkurencji | FIR1_KK02  | 3   |
|   |  |  |   |

\*) 3 - zaawansowany i szczegółowy, 2 - znaczący, 1 - podstawowy