

Opis zajęć (syllabus): Ochrona konsumentów na rynku usług

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

| | | | |
|---|--|---|--|
| Język wykładowy: polski | | Poziom studiów: 1 | |
| Forma studiów: stacjonarne i niestacjonarne | Status zajęć: kierunkowy - do wyboru | Numer semestru: semestr letni | |
| Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik): | | 2020/2021 | Numer katalogowy: EKR-F-1SZ-X-58-KF-2020 |

| | | | |
|---|---|--|--|
| Koordinator zajęć: | prof. dr hab. Irena Ozimek | | |
| Prowadzący zajęcia: | prof. dr hab. Irena Ozimek; dr Julita Szlachciuk, adiunkt dr Iwona Pomianek, adiunkt | | |
| Jednostka realizująca: | Katedra Polityki Rozwoju i Marketingu | | |
| Jednostka zlecająca: | Wydział Ekonomiczny | | |
| 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>Wykład 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 Konsumentckiego. 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>Ćwiczenia 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: | Nie dotyczy | | |
| Efekty uczenia się: | <p>Wiedza - Zna i rozumie:</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>Umiejętności - Potrafi:</p> <p>3. umie wyszukiwać i analizować akty prawne oraz potrafi pozyskać informacje z różnych źródeł dotyczące ochrony konsumentów</p> | <p>Kompetencje - Jest gotów do:</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 dydaktyczna (wykładowa/ćwiczeniowa) |
| Literatura podstawowa i uzupełniająca: | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Dąbrowska A. (red.). 2013. Ochrona i edukacja konsumentów na wybranych rynkach usług. Wyd. PWE, Warszawa. 2. Ozimek I. 2013. Ochrona konsumentów korzystających z usług - wybrane zagadnienia. Wyd. SGGW, Warszawa. 3. Dąbrowska A., Byłok F., Janoś-Kresło M., Kielczewski D., Ozimek I. 2016. Kompetencje konsumentów. Innowacyjne zachowania, zrównoważona konsumpcja. Wyd. PWE, Warszawa. 4. Akty prawne z zakresu prawa konsumenckiego. | |
| Uwagi: Egzamin odbywa się w trakcie semestru, po zakończeniu realizacji zajęć. | |

| | |
|---|-----------------------|
| Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot: | |
| 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: | 72/68 |
| Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: | 1.68/1.12 ECTS |

| Tabela zgodności kierunkowych efektów uczenia się z efektami przedmiotu: | | | |
|---|--|--|---|
| 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