

Rok akademicki:	Grupa przedmiotów	Numer katalogowy:		TOL603
Nazwa przedmiotu <sup>1)</sup> :	Ochrona konsumenta na rynku usług			ECTS <sup>2)</sup> 3
Tłumaczenie nazwy na jęz. angielski <sup>3)</sup> :	Consumer Protection			
Kierunek studiów <sup>4)</sup> :	Turystyka i rekreacja			
Koordynator przedmiotu <sup>5)</sup> :	dr hab. Irena Ozimek, prof. nadzw. SGGW			
Prowadzący zajęcia <sup>6)</sup> :	Pracownicy Zakładu Badań Konsumpcji			
Jednostka realizująca <sup>7)</sup> :	Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji, Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji			
Wydział, dla którego przedmiot jest realizowany <sup>8)</sup> :	Wydział Nauk Ekonomicznych			
Status przedmiotu <sup>9)</sup> :	a) przedmiot	b) stopień	c) rok	d) forma studiów
	kierunkowy	I	3	stacjonarne / niestacjonarne
Cykl dydaktyczny <sup>10)</sup> :	a) semestr	b) Jęz. wykładowy <sup>11)</sup>		
	letni	polski		
Założenia i cele przedmiotu <sup>12)</sup> :	<p>Celem przedmiotu jest:</p> <p>Celem przedmiotu jest dostarczenie studentom wiedzy z zakresu praw przysługujących konsumentom w zakresie ochrony i edukacji konsumentów oraz zapoznanie ich z instytucjami i organizacjami zajmującymi się ochroną i edukacją konsumentów, ze szczególnym uwzględnieniem rynku usług turystycznych i gastronomicznych. Przedmiot jest przydatny w obszarze organizacji i zarządzania w przedsiębiorstwie.</p>			
Formy dydaktyczne, liczba godzin <sup>13)</sup> :	a) forma dydaktyczna		b) liczba godzin (stacjonarne i niestacjonarne)	
	a1) wykład		15	18
	a2) ćwiczenia audytoryjne		15	9
	a3) ćwiczenia laboratoryjne			
a4) seminaria				
Metody dydaktyczne <sup>14)</sup> :	dyskusja	T	eksperyment	
	projekt badawczy		studium przypadku	
	rozwiązywanie problemu		gry symulacyjne	
	analiza i interpretacja tekstów źródłowych	T	indywidualne projekty studenckie	T
	konsultacje	T	inne ...	
	wykład problemowy	T	inne ...	
	inne...		inne ...	
Pełny opis przedmiotu <sup>15)</sup> :	<p>A. wykłady</p> <p>Geneza rozwoju ochrony konsumentów na świecie. Uwarunkowania rozwoju ochrony konsumentów w Polsce. Zadania administracji rządowej w ochronie i edukacji konsumentów (Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Rzecznik Praw Obywatelskich). Zadania samorządu terytorialnego w ochronie i edukacji konsumentów (powiatowy/miejski rzecznik konsumentów). Rola inspekcji kontrolnych w ochronie konsumentów. Działalność pozarządowych organizacji konsumenckich w Polsce. Działalność organizacji arbitrażowych w ochronie konsumenta. Działalność Stałych Polubownych Sądów Konsumenckich. Zadania i działalność Europejskiego Centrum Konsumenckiego. Regulacje prawne zakresu, treści i formy reklamy oraz w zakresie promocji sprzedaży. Czyny nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy. Zasady sprzedaży towarów i usług, w tym sprzedaży prowadzonej z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa. Zasady postępowania reklamacyjnego. Przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom rynkowym. Ochrona zbiorowych interesów konsumentów. Polityka konsumencka w Polsce i w Unii Europejskiej.</p>			
	<p>B. ćwiczenia</p> <p>Klasyfikacja i charakterystyka źródeł informacji konsumenckiej z zakresu ochrony konsumentów. Podstawy prawne działania podmiotów na rynku usług turystycznych w kontekście ochrony konsumenta. Ochrona ekonomicznych interesów konsumentów, w tym niedozwolone klauzule umowne w działalności przedsiębiorstw turystycznych. Zasady uwidaczniania cen towarów i usług. Prawa pasażerów w transporcie (kolejowym, lotniczym, autokarowym). Organizacje chroniące konsumentów na rynku usług turystycznych. Projektowanie ulotki konsumenckiej z zakresu ochrony konsumenta na rynku usług.</p>			

Wymagania formalne (przedmioty wprowadzające) <sup>16)</sup> :				
Założenia wstępne <sup>17)</sup> :	Znajomość podstaw marketingu oraz podstaw prawa.			
Efekty kształcenia <sup>18)</sup> : (z kolejnymi numerami, 01, 02, 03 itd.)	01 - zna prawa przysługujące konsumentom oraz podstawowe regulacje z zakresu ochrony konsumenta, w tym zwłaszcza dotyczące rynku usług turystycznych		05 - potrafi pozyskać informacje z różnych źródeł dotyczące ochrony konsumentów oraz umie wyszukiwać akty prawne z zakresu ochrony konsumenta	
	02 – wykazuje znajomość źródeł informacji konsumenckiej dotyczących ochrony i edukacji konsumentów		06 - potrafi współpracować w grupie	
	03 - ma wiedzę o funkcjonowaniu instytucji i organizacji zajmujących się ochroną i edukacją konsumentów, zwłaszcza na rynku usług turystycznych		07 – ma świadomość znaczenia społecznej, etycznej i zawodowej odpowiedzialności za nieprzestrzeganie praw konsumentów i stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych oraz nieuczciwej konkurencji	
	04 - zna podstawowe wymagania prawne dotyczące zasad promocji (w tym reklamy), sprzedaży i reklamacji towarów i usług		08 – ma świadomość potrzeby dokształcania się z zakresu ochrony konsumenta z uwagi na zmieniające się regulacje prawne	
Sposób weryfikacji efektów kształcenia <sup>19)</sup> :	kolokwium na zajęciach ćwiczeniowych		ocena wykonania zadania projektowego na zdefiniowany temat	06
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta	01, 02, 03, 04, 06, 07, 08	ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	05, 06
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć		przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć		obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	
	egzamin pisemny		test komputerowy	
	egzamin ustny		inne..	
	zaliczenie pisemne	01, 02, 03, 04	inne..	
Forma dokumentacji osiągniętych efektów kształcenia <sup>20)</sup> :	okresowe prace pisemne	T	imiennie karty oceny studenta	T
	złożone projekty	T	treść pytań egzaminacyjnych z oceną	
	protokół ocen z zaliczenia pisemnego	T	inne..	
	inne...		inne..	
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową <sup>21)</sup> :	Element oceny	Waga w %	Element oceny	Waga w %
	kolokwium na zajęciach ćwiczeniowych		ocena wykonania zadania projektowego na zdefiniowany temat	20%
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta	25%	ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	5%
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć		przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć		obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	
	egzamin pisemny		test	
	egzamin ustny		inne..	
zaliczenie pisemne	50%	inne..		
Miejsce realizacji zajęć <sup>22)</sup> :	sala wykładowa			

Literatura podstawowa i uzupełniająca<sup>23)</sup>:

1. Dąbrowska, A.; Janoś-Kresło, M.; Ozimek, I. 2005. Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej. PWE, Warszawa,
2. Korzycka-Iwanow, M. 2007. Prawo żywnościowe. Zarys prawa polskiego i wspólnotowego. Wyd. Prawnicze LexisNexis, Warszawa,
3. Ozimek, I. 2008. Ochrona konsumenta na rynku żywności. Wyd. SGGW, Warszawa,
4. Akty prawne z zakresu prawa żywnościowego i ochrony konsumenta.

UWAGI<sup>24)</sup>:

Wskaźniki ilościowe charakteryzujące modul/przedmiot<sup>25)</sup>