

ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC

1. Thông tin chung về môn học

1.1. Tên môn học: **Pháp luật về Xúc tiến thương mại**

- Mã môn học: **GLAW4201**

1.2. Khoa phụ trách: Khoa Kinh tế và Luật

1.3. Số tín chỉ: 02 tín chỉ lý thuyết

2. Mô tả môn học

Nội dung môn học bao gồm 2 chương:

Chương 1: Giới thiệu khái quát về hoạt động xúc tiến thương mại như khái niệm, đặc điểm cũng như vai trò của hoạt động xúc tiến thương mại. Đây là những kiến thức cần thiết được trang bị trước khi cung cấp những kiến thức pháp luật chuyên ngành về hoạt động xúc tiến thương mại.

Chương 2: Nêu lên những vấn đề pháp lý quan trọng điều chỉnh hoạt động xúc tiến thương mại theo quy định pháp luật Việt Nam hiện nay.

3. Mục tiêu môn học

3.1. Mục tiêu tổng quát:

Học xong môn này, sinh viên sẽ được trang bị kiến thức pháp lý cần thiết để tham gia vào các hoạt động xúc tiến thương mại phù hợp với nhu cầu công việc.

3.2. Mục tiêu cụ thể:

* **Kiến thức:** Nắm được những vấn đề khái quát cũng như những vấn đề pháp lý về hoạt động xúc tiến thương mại

* **Kỹ năng:** Biết cách thức thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại, về trình tự thủ tục và điều kiện. Phát hiện các hành vi bị cấm trong việc thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại. Từ đó biết cách quản lý hoạt động xúc tiến thương mại và thực hiện pháp luật xúc tiến thương mại theo quy định pháp luật

* **Thái độ:** Nhận thức đúng đắn về vai trò của nhà nước và pháp luật đối với hoạt động xúc tiến thương mại để luôn có ý thức tích cực trong việc chấp hành đúng yêu cầu của pháp luật, cũng như phát hiện được và khắc phục được những hành vi vi phạm pháp luật trong hoạt động xúc tiến thương mại.

4. Nội dung chi tiết môn học

Tên chương	Mục	Nội dung khái quát	Số tiết				Tài liệu tự học
			TC	LT	BT	TH	
Chương 1: Khái quát về hoạt động xúc tiến thương mại	1. Khái niệm xúc tiến thương mại 2. Đặc điểm chung của hoạt động xúc tiến thương mại 3. Vai trò của hoạt động xúc tiến thương mại	Nội dung chính trong chương này là giới thiệu về: - Khái niệm xúc tiến thương mại. Làm rõ thuật ngữ pháp lý liên quan như mua bán hàng hoá, cung ứng dịch vụ. - Chủ thể; đối tượng tác động; mục đích và các hoạt động của xúc tiến thương mại - Vai trò của xúc tiến thương mại trong việc tạo nên các điều kiện thị trường, đặc biệt cần thiết trong việc tác động tới sự cạnh tranh của hàng hoá, dịch vụ trên thị trường hay còn có thể sử dụng là các biện pháp cạnh tranh môi trường cạnh tranh	6	4	2	0	1. Hiến pháp năm 2013; 2. Luật Doanh nghiệp 2005 3. Luật thương mại 2005; 3. Nghị định 187/2013/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại 4. Thông tư 04/2014/TT-BTC hướng dẫn Nghị định 187/2013/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại
Chương 2: Pháp luật về xúc tiến thương mại	1. Khái niệm pháp luật về xúc tiến thương mại 2. Vai trò điều chỉnh của pháp luật đối với hoạt động xúc tiến thương mại 3. Các hoạt động xúc tiến thương mại	Nội dung chính trong chương này là giới thiệu về: 1. Các quy phạm pháp luật thuộc nhiều ngành luật hoặc lĩnh vực pháp luật khác nhau trực tiếp hoặc gián tiếp điều chỉnh các hoạt động xúc tiến thương mại	24	20	4	0	1. Luật Thương mại 2005; 2. Nghị định 187/2013/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại. 3. Thông tư 04/2014/TT-

Tên chương	Mục	Nội dung khái quát	Số tiết				Tài liệu tự học
			TC	LT	BT	TH	
	mại cụ thể theo pháp luật Việt Nam 4. Ôn tập	của thương nhân 2. Các vấn đề pháp lý quan trọng về các hoạt động xúc tiến thương mại: khuyến mại; quảng cáo thương mại; hội chợ, triển lãm thương mại; trưng bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ					BTC hướng dẫn Nghị định 187/2013/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại 4. Luật Quảng cáo 2012
Tổng cộng			30	24	06	00	

Ghi chú: TC: Tổng số tiết; LT: lý thuyết; BT: bài tập, thảo luận; TH: Thực hành.

5. Học liệu

5.1 Tài liệu bắt buộc

- [1] Luật thương mại 2005.
- [2] Luật Quảng cáo 2012
- [3] Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010
- [4] Luật Cạnh tranh 2010
- [5] Nghị định 187/2013/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại
- [6] Thông tư 04/2014/TT-BTC hướng dẫn Nghị định 187/2013/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại

5.2 Tài liệu tham khảo

- [1] Hiến pháp nước CHXHCN Việt Nam năm 2013;
- [2] Luật Doanh nghiệp 2005.

6. Đánh giá kết quả học tập

Thực hiện theo Quy chế học vụ theo học chế tín chỉ ban hành kèm quyết định số 561/QĐ-ĐHM ngày 08/8/2013 của Hiệu trưởng Trường Đại học Mở Tp.HCM.

STT	Điểm thành phần	Tỉ lệ %
1	Kiểm tra giữa kỳ	30%
2	Thi kiểm tra cuối kỳ	70%

Điểm tổng kết môn học (Điểm kiểm tra giữa kỳ * 30% + Điểm thi cuối kỳ * 70%)	100%
--	-------------

Ghi chú:

- Điểm kiểm tra giữa kỳ: Là tổng điểm của điểm kiểm tra giữa kỳ và những điểm thành phần đánh giá khác.
- Điểm thi kiểm tra cuối kỳ: Là điểm của 01 lần thi kiểm tra tập trung do Nhà trường tổ chức.

7. Tổ chức giảng dạy và học tập

Thực hiện theo Quy chế học vụ theo học chế tín chỉ ban hành kèm quyết định số 561/QĐ-ĐHM ngày 08/8/2013 của Hiệu trưởng Trường Đại học Mở Tp.HCM.

7.1. Kế hoạch giảng dạy lớp ngày (4,5 tiết/buổi)

STT	Buổi học	Nội dung	Ghi chú
1	Buổi 1	Giới thiệu môn học Chương 1: Khái quát về hoạt động xúc tiến thương mại Đặc điểm chung của hoạt động xúc tiến thương mại	
2	Buổi 2	Tiếp tục buổi 1 <i>Bài tập:</i> Câu hỏi và nhận định về hoạt động XTTM Chương 2: Pháp luật về xúc tiến thương mại 1. Khái niệm pháp luật về xúc tiến thương mại 2. Vai trò điều chỉnh của pháp luật đối với hoạt động xúc tiến thương mại 3. Các hoạt động xúc tiến thương mại cụ thể theo pháp luật Việt Nam	
3	Buổi 3	Chương 2: Pháp luật về xúc tiến thương mại (tt) <i>Khuyến mại</i> 1. Khái niệm và đặc điểm của hoạt động khuyến mại 2. Các hình thức khuyến mại 3. Trình tự, thủ tục thực hiện hoạt động khuyến mại 4. Các hành vi bị cấm trong hoạt động khuyến mại <i>Bài tập tình huống về hoạt động khuyến mại</i>	
4	Buổi 4	Các hoạt động xúc tiến thương mại cụ thể theo pháp luật Việt Nam (tt) <i>Quảng cáo thương mại</i> 1. Khái niệm và đặc điểm của hoạt động quảng cáo thương	

STT	Buổi học	Nội dung	Ghi chú
		mại 2. Vấn đề áp dụng pháp luật đối với hoạt động quảng cáo thương mại 3. Các vấn đề pháp lý quan trọng về quảng cáo thương mại a. Sản phẩm của hoạt động quảng cáo thương mại b. Phương tiện quảng cáo thương mại c. Yêu cầu về nội dung, điều kiện quảng cáo thương mại 4. Kinh doanh dịch vụ quảng cáo thương mại 5. Các hành vi bị cấm trong hoạt động quảng cáo thương mại - <i>Bài tập tình huống về quảng cáo thương mại</i>	
5	Buổi 5	Buổi 4: Các hoạt động xúc tiến thương mại cụ thể theo pháp luật Việt Nam (tt) <i>Trung bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ</i> 1. Khái niệm trung bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ 2. Đặc điểm của hoạt động trung bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ 3. Các hình thức trung bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ 4. Các điều kiện pháp lý đối với trung bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ 5. Kinh doanh dịch vụ trung bày giới thiệu hàng hóa, dịch vụ 6. Các trường hợp cấm trung bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ <i>Bài tập tình huống về trung bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ</i> Kiểm tra giữa kỳ	
6	Buổi 6	Các hoạt động xúc tiến thương mại cụ thể theo pháp luật Việt Nam (tt) <i>Hội chợ, triển lãm thương mại</i> 1. Khái niệm hội chợ, triển lãm thương mại: 2. Đặc điểm của hội chợ và triển lãm thương mại 3. Điều kiện tổ chức, tham gia hoạt động hội chợ và triển	

STT	Buổi học	Nội dung	Ghi chú
		lãm thương mại 4. Thủ tục tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại 5. Kinh doanh dịch vụ hội chợ, triển lãm thương mại <i>Bài tập tình huống về hội chợ, triển lãm thương mại</i>	
7	Buổi 7	(Tiếp theo buổi 6) Ôn tập kết thúc môn	

7.2. Kế hoạch giảng dạy lớp tối (3,5 tiết/buổi)

STT	Buổi học	Nội dung	Ghi chú
1	Buổi 1	Giới thiệu môn học Chương 1: Khái quát về hoạt động xúc tiến thương mại	
2	Buổi 2	<i>Bài tập</i> : nhận định về các hoạt động xúc tiến thương mại Chương 2: Pháp luật về xúc tiến thương mại 1. Khái niệm pháp luật về xúc tiến thương mại 2. Vai trò điều chỉnh của pháp luật đối với hoạt động xúc tiến thương mại	
3	Buổi 3	Chương 2 (tt) <i>Khuyến mại</i> 1. Khái niệm và đặc điểm của hoạt động khuyến mại 2. Các hình thức khuyến mại 3. Trình tự, thủ tục thực hiện hoạt động khuyến mại 4. Các hành vi bị cấm trong hoạt động khuyến mại	
4	Buổi 4	<i>Quảng cáo thương mại</i> 1. Khái niệm và đặc điểm của hoạt động quảng cáo thương mại 2. Vấn đề áp dụng pháp luật đối với hoạt động quảng cáo thương mại 3. Các vấn đề pháp lý quan trọng về quảng cáo thương mại a. Sản phẩm của hoạt động quảng cáo thương mại	

STT	Buổi học	Nội dung	Ghi chú
		b. Phương tiện quảng cáo thương mại c. Yêu cầu về nội dung, điều kiện quảng cáo thương mại 4. Kinh doanh dịch vụ quảng cáo thương mại 5. Các hành vi bị cấm trong hoạt động quảng cáo thương mại	
5	Buổi 5	Buổi 4 tt <i>Bài tập tình huống về hoạt động khuyến mại</i>	
6	Buổi 6	<i>Trung bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ</i> 1. Khái niệm trung bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ 2. Đặc điểm của hoạt động trung bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ 3. Các hình thức trung bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ 4. Các điều kiện pháp lý đối với trung bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ 5. Kinh doanh dịch vụ trung bày giới thiệu hàng hóa, dịch vụ 6. Các trường hợp cấm trung bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ	
7	Buổi 7	Buổi 6 (tt) <i>Bài tập tình huống về trung bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ</i>	
8	Buổi 8	<i>Hội chợ, triển lãm thương mại</i> 1. Khái niệm hội chợ, triển lãm thương mại: 2. Đặc điểm của hội chợ và triển lãm thương mại 3. Điều kiện tổ chức, tham gia hoạt động hội chợ và triển lãm thương mại 4. Thủ tục tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại 5. Kinh doanh dịch vụ hội chợ, triển lãm thương mại	

STT	Buổi học	Nội dung	Ghi chú
9	Buổi 9	<i>Bài tập tình huống về hội chợ, triển lãm thương mại</i> Ôn tập kết thúc môn	

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2014

TL. HIỆU TRƯỞNG
KT. TRƯỞNG KHOA KINH TẾ VÀ LUẬT
PHÓ TRƯỞNG KHOA

Dư Ngọc Bích