

KURSBESKRIVELSE FOR MARKEDSRETT

1. Studium:	Bachelor i markedskommunikasjon og merkebygging
2. Kurs:	Markedsrett
3. Semester:	4. semester (2. år)
4. Studiepoeng:	10
5. Kursansvarlig:	Alf Johan Hofsløtt
6. Antall timer undervisning:	Foreleser plikter å ha 50 timer kontakt med studentene
7. Nødvendige forkunnskaper:	Ingen
8. Fagbeskrivelse:	
9. Mål:	Aktørene på markedet driver sin virksomhet innenfor de til enhver tid gjeldende rettslige rammebetingelser. Det er en selvfølge at disse må ha kjennskap til sentrale lover omkring sin virksomhet. Studentene skal få kunnskaper om sentrale rettsregler, deres formål, deres funksjoner innenfor sentrale områder i samfunnet, særlig i tilknytning til den økonomiske virksomhet. Videre skal studentene få trening i å analysere, vurdere og løse rettslige konflikter.
10. Emneoversikt:	Juridisk metode/rettskildelære Generell kontraktsrett Kjøpsrett Erstatningsrett Forvaltningsrett Markedsføringsrett Konkurransbeskyttelse Pris- og konkurranserett
11. Gjennomføring:	Undervisningen veksler mellom forelesninger, dialog og gruppearbeid. I løpet av kurset vil det bli gitt en rekke praktikumsoppgaver (Cases). Disse skal løses enten i grupper eller av den enkelte. Gjennomgang av oppgavene vil bli gitt i plenum og til flere oppgaver vil løsningsforslag bli utlevert.
12. Evaluering (underveis- og	Det avholdes skriftlig individuell eksamen over 3 timer

sluttevalueringer):	ved slutten av semesteret. Alle hjelpemidler er tillatt å ta med eksamensdagen. Lovsamling, lærebok, notater.
13. Obligatorisk litteratur med antall sider og pris per bok/hefte:	Sverre Faafeng Langfeldt/Tore Bråthen, siste utgave, <i>Lov og rett (i) for næringslivet</i> . Focus Forlag, kr 549,-, 742 s. Sverre Faafeng Langfeldt/Tore Bråthen, siste utgave, <i>Næringslivets lovsamling 1687-2006</i> , Focus Forlag
14. Anbefalt litteratur:	