



EMNEBESKRIVELSE MRE2100 Markedsrett

1. Studium/studier	Bachelor i Markedsføring og internasjonalisering (BMI3) Bachelor i Reklame og merkebygging (BRM2)
2. Studieår/semester	3. studieår – 5. semester (BMI3) 2. studieår – 4.semester (BRM2)
3. Studiepoeng	10
4. Emneansvarlig	Høyskolelektor Alf Johan Hofslett
5. Antall timer	50 timer
6. Forkunnskaper	Generell studiekompetanse
7. Mål	Aktørene på markedet driver sin virksomhet innenfor de til enhver tid gjeldende rettslige rammebetingelser. Både de regler som regulerer forholdet mellom de næringsdrivende og forholdet mellom de næringsdrivende og forbrukerne. Flere rettsregler regulerer også forholdet mellom næringsdrivende og det offentlige. Studentene skal få kunnskap om sentrale rettsregler og deres formål. Videre skal studentene få trening i å analysere, vurdere og løse rettslige konflikter.
8. Innhold	Juridisk metode/rettskildelære Generell kontraktsrett Kjøpsrett Erstatningsrett Forvaltningsrett Markedsføringsrett Konkurransbeskyttelse
9. Gjennomføring	Undervisningen veksler mellom forelesninger, dialog og gruppearbeid. I løpet av emnet vil det bli gitt en rekke praktikumsoppgaver (cases). Gjennomgang vil bli gitt i plenum og til flere oppgaver vil løsningsforslag bli utlevert.

10. Vurdering	Tre timer skriftlig eksamen, som teller 100 % av karakteren i emnet. Alle hjelpemidler er tillatt.
11. Pensumlitteratur	Langfeldt, Sverre Langfeldt. 2010. <i>Lov og rett for næringslivet: lovsamling</i> . 17 utg. Oslo: Focus/Universitetsforlaget. ISBN: 9788215016337. (Relevante lover tilknyttet pensum) Pris: 369,- Langfeldt, Sverre Faafeng og Tore Bråthen. 2010. <i>Lov og rett for næringslivet: lærebok</i> . 17. utg. Oslo: Focus/Universitetsforlaget. ISBN: 9788215016320. Pris: 669,-
12. Anbefalt litteratur	