河北经贸大学课程水平认定

《经济法学》课程大纲

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | 经济法学 | **课程类型** | 必修课 |
| **总 学 时** | 32学时 | **学 分** | 2学分 |
| **适用专业** | 经济法(必修)、民商法(选修)、法学理论(选修)、刑法(选修)、国际法(选修) | **开课单位** | 法学院 |

**一、课程性质**

《经济法学》是各级各类法律专业的最为核心的课程之一，是经济法学、民商法学等专业高级法律人才培养的主干课程、必修课程。

**二、学习目的**

使学生了解和掌握经济法学领域的基本理论、法律思维模式和前沿理论问题，提高学生运用经济法学理论与方法，分析现实经济法律现象，解决经济法律问题的能力。

**三、学习要求**

根据学习内容、学生特点及学时安排，采取自学、调研等相结合方式组织学习，要求学生阅读大量的相关资料，完成相关的自学、调研等学习环节，培养学生的独立研读能力。

**四、学习内容及学时分配**

课程内容与学时分配

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课 程 内 容** | **学时分配** | |
| **自学** | **自学研讨调研** |
| **第一讲 经济法总论** | **4** |  |
| **第二讲 反不正当竞争法** | **5** | **2** |
| **第三讲 反垄断法** | **5** | **2** |
| **第四讲 消费者权益保护法** | **5** | **2** |
| **第五讲 产品质量法** | **5** | **2** |

**五、课程考核及成绩评定**

（课程考核为闭卷考试，应与学习计划一致；成绩评定：考试成绩实行百分制，其中基础知识测试题的分值掌握在40分左右；综合能力测试题的分值掌握在60分左右。60分为及格）

**六、推荐教材和学习参考书**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **推荐教程** | **作者** | **出版社及出版时间** |
| 《经济法学》 | 杨紫炫 | 高等教育出版社，2012. |
| **学习参考书** | **作者** | **出版社及出版时间** |
| 《经济法通论》 | 郭凯峰 | 社会科学出版社 2010 |
| 《经济法学》 | 刘文华 | 人民大学出版社 1012 |
| 《经济法学》 | 李昌麒 | 中国政法大学出版社2010 |
|  |  |  |
|  |  |  |

**七、学习具体内容和要求**

**第一讲 经济法总论**

**一、基本要求**

理解和掌握经济法的调整对象、特征和基本原则。

**二、授课方法**

自学。

**三、学习内容**

1. 经济法的调整对象

1.不同的学术观点

2. 主要内容：

第一，市场主体规制关系及其经济法调整；

第二，市场秩序规制关系及其经济法调整；

第三，宏观经济调控关系及其经济法调整；

（二）经济法的特征

1.不同的学术观点

2. 主要内容：

第一，经济法具有经济性或专业性；

第二，经济法具有政策性；

第三，经济法具有干预性；

1. 经济法具有整体性;

第五，经济法具有综合性

（三）经济法的基本原则

1. 经济法基本原则的确立标准

第一，部门专属性标准，即经济法基本原则必须是经济法部门所专属的基本原则，它必须能够体现经济法的特色与特殊需求。

第二，普遍适用性标准，即经济法基本原则应当能够普遍适用于经济法的立法、司法、执法活动的整个过程。

第三，价值判断性标准。这一方面要求经济法基本原则必须能反映经济法的本质与价值，能够体现经济法的基本价值取向。

2. 主要内容：

第一，经济持续发展原则。经济持续发展包括两层涵义，一是经济取得了发展，其二是经济获得了持续性的发展。因此，经济持续发展原则又可以细化为经济发展原则与经济可持续发展原则两个具体的经济法原则。

第二，经济效益原则。经济效益是国家加强经济立法所要追求的终极的价值目标。在市场经济条件下，任何经济主体的经济行为都必须以追求经济效益为首要目标，因而经济效益是经济主体存在和发展的前提，又是经济发展的助推力。

第三经济公平原则。又可以细化为以下几个具体原则：维护公平竞争原则；保障公平分配原则；实行正当差别待遇原则。

第四，经济安全原则。经济安全即国家经济安全，是指一国的经济系统运行和持续发展状态及经济利益处于不受不确定事件与潜在风险威胁的状态。

**四、重点难点**

本讲重点和难点是经济法的基本原则

**五、思考与讨论**

1.我国经济法的调整对象的范围。

2.我国经济法应具有的特征。

3.经济法应遵循的基本原则。

**第二讲 反不正当竞争法**

**一、基本要求**

理解和掌握主要不正当竞争行为的涵义、特征、构成条件和具体种类。

**二、授课方法**

自学。

**三、学习内容**

1. 假冒商业标志行为

1. 假冒商业标志行为指行为人进行某种致使消费者误以为行为人的营业、商品或服务与被假冒者的具有某种关系的虚假表示。这是一种在来源上的虚假表示。

2. 主要内容：

（1）假冒他人注册商标；

（2）擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢，或者使用与知名商品近似的名称、包装、装潢，造成和他人的知名商品相混淆，使购买者误以为是该知名商品；

（3）擅自使用他人的企业名称或者姓名，引人误以为是他人的商品。

（二）引人误解的宣传行为

1. 它是指对商品、服务的性质或特征进行引人误解的表示与宣传的行为。与对商品、服务的来源作虚假表示的假冒行为不同，这类行为通过对自己的商品、服务进行引人误解的表示与宣传，误导消费者或购买者以获取较多的商业机会。

2. 主要内容：

包括以下三种：伪造或者冒用认证标志、名优标志等质量标志的行为；伪造产地的行为；

对商品质量作引入误解的虚假表示，它指的是在商品上对商品的安全标准、使用性能、用途、规格、等级、所含主要成分的名称和含量、计量单位、生产日期、有效期限、使用或者保存方法等作足以引人误解的虚假表示的行为。

（三）商业诋毁行为

1. 商业诋毁行为是指在市场竞争中以捏造、散布虚假事实等不正当手段，损害竞争对手的商业信誉的行为。

2. 主要内容：

构成商业诋毁行为应符合下列要件：（1）有竞争关系存在。（2）行为人存在主观过错。（3）有损害他人商业信誉的行为。（4）损害竞争对手的商业信誉.

(四) 侵犯商业秘密的行为

1. 商业秘密是指不为公众所知悉、能为权利人带来经济利益、具有实用性并经权利人采取保密措施的技术信息和经营信息。

2. 主要内容：

商业秘密构成要件：（1）秘密性。（2）价值性。（3）实用性。（4）采取保密措施。

侵犯商业秘密的行为主要表现为：（1）以不正当手段获取商业秘密的行为。（2）披露、使用或允许他人使用以不正当手段获得的商业秘密行为。（3）披露、使用或者允许他人使用合法掌握的权利人的商业秘密的行为。（4）有过错的第三人的获取、使用或者披露行为。

（五）商业贿赂行为

1. 商业贿赂是指在市场交易中，经营者为获得交易机会，特别是为获取优于其竞争对手的竞争优势，秘密收买交易对方的雇员或代理人的行为。

2. 主要内容：

我国商业贿赂的主要表现形式是回扣。回扣具有以下特征：

（1）回扣的主体特征是回扣行为发生在交易双方之间，雇员与雇主、经纪人与委托人之间，均不属于交易双方，因此提成费与介绍费等酬金都不属于回扣；

（2）回扣的形式是支付货币、有价证券或其他财物；

（3）回扣的目的是在于争取交易机会与交易条件，支付回扣和收受回扣的双方均是出于故意。

（六）违法有奖销售行为

1. 有奖销售是经营者销售商品或者提供服务时，附带性地向购买者提供金钱、物品或者其他利益以奖励购买者的行为。

2. 主要内容：

(1)欺骗性的有奖销售行为。(2)利用有奖销售手段推销质次价高商品。(3)抽奖式有奖销售，最高奖的金额超过5000元。

**四、重点难点**

本讲重点和难点是我国反不正当竞争法规定的主要不正当竞争行为的概念、特征、种类及其构成要件。

**五、思考与讨论**

1. 假冒商业标志行为涵义、种类、各自构成条件。

2. 引人误解的宣传行为涵义、表现形式和构成条件。

3. 商业秘密涵义、特征以及侵犯商业秘密的行为的表现形式。

4. 商业贿赂涵义、特征，回扣涵义和特征。

5. 商业诋毁行为涵义、种类、构成条件。

6. 违法有奖销售行为涵义和情形。

**第三讲 反垄断法**

**一、基本要求**

理解和掌握垄断涵义和特征，垄断种类，反垄断法的规制原则和适用除外制度。

**二、授课方法**

自学。

**三、学习内容**

(一) 垄断的涵义与特征

1. 垄断是指少数大企业违反法律，通过合谋性协议或者滥用市场支配地位，在一定市场领域内排除、限制竞争，具有社会危害性的一种经济行为。

2. 主要内容：垄断特征

第一，垄断是一种在一定市场领域内排除、限制竞争活动的经济力量。

第二，垄断者谋取经济利益是依靠对市场的操纵和独占来实现的。

第三，垄断是一种具有社会危害性的经济行为。

第四，垄断是一种具有违法性的经济行为。

（二）反垄断法规制原则

1.

2. 主要内容：

第一，本身违法原则。本身违法原则是指任何企业只要出现结合或共谋等垄断状态或行为就视为违法，就应加以限制或禁止。

第二，合理原则，是指企业的结合与共谋等垄断状态或行为本身不一定构成违法，而只有当该状态或行为确实限制了竞争，造成垄断弊害时，才应加以禁止或限制。因此该原则也被称作弊害禁止原则。

第三，结构规制原则是指市场结构应当保持在有效竞争的范围内，垄断状态若超出了理想的结构标准，即为违法，就要予以限制或禁止。

第四，行为规制原则不以企业对市场的占有份额为规制标准，而以行为是否构成垄断限制竞争为规制对象。

（三）垄断行为种类

1.经营者达成垄断协议；

2.经营者滥用市场支配地位；

2.具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中。

（四）反垄断法的适用除外制度

1. 反垄断法的适用除外制度，是指允许特定的市场主体的特定垄断行为不适用反垄断法的基本规定的一种制度。

2. 反垄断法适用除外制度的范围

第一，自然垄断。自然垄断，是指根据产业的性质不宜开展竞争的事业部门，在一定的地域或时期内实行的国家法律允许的独占经营。

第二，国家垄断。国家垄断又称中央垄断，它是指国家从有利于国民经济全局的目的出发，对某些部门和国有自然资源实行独占。

第三，特定组织和人员的垄断。这些组织和人员包括工会、劳工、自由职业者(含医生、律师、会计师、审计师等)，他们之所以被豁免适用反垄断法，是由他们本身所具有的特性决定的。

第四，知识产权领域内的垄断。知识产权是法律上的一种权利，权利人正当、合理行使自己的知识产权的行为，当然不适用反垄断法。

**四、重点难点**

本讲重点和难点是反垄断法的规制原则和适用除外制度

**五、思考与讨论**

1.垄断涵义和特征。

2.垄断规制原则。

3.我国垄断种类。

4.反垄断法适用除外制度

**第四讲 消费者权益保护法**

**一、基本要求**

理解和掌握消费者涵义和特征，消费者主要权利，消费者主要义务。

**二、授课方法**

自学。

**三、学习内容**

(一) 消费者的涵义和特征

1. 消费者，是指为满足个人生活需要而购买、使用商品与服务的，由国家专门法律保护其消费权益的个体社会成员。

2. 主要内容：

消费者具有以下几个方面的特征。

1. 消费者是购买、使用商品、服务的个体社会成员、自然人。
2. 消费者是因满足自身生活消费需要而获取生活消费资料的个人。
3. 消费者是通过商品交换形式购买生活消费品的个人。
4. 消费者是由国家制定的旨在保护消费者权益的专门法律来确认其主体地位、保护其特定利益的个人。

（二）消费者的权利

1.保障安全权是指消费者在购买、使用商品或接受服务时享有的人身、财产安全不受损害的权利。

2. 知悉真情权，也称知情权、获取信息权，是消费者享有的知悉所购买的商品和服务的真实情况的权利。

3. 自主选择权是指消费者享有的自主选择商品的或者服务的权利。消费者在购物或购买服务时有权根据自己的经验、喜好、判断自主选择商品的和服务。

4.公平交易权是指消费者在购买商品或接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。

5.依法结社，消费者享有依法成立维护自身合法权益的社会团体的权利。

（三）经营者的义务

1. 经营者的义务是指经营者依法为或不为一定行为，以满足和实现消费者的生活需要的责任。

2. 主要内容：

依照法律规定或合同约定履行义务；听取意见和接受监督的义务；保障人身和财产安全的义务；不作虚假宣传的义务；承担售后服务三包责任.

**四、重点难点**

本讲重点和难点是消费者的主要权利和主要义务

**五、思考与讨论**

1.消费者涵义和特征。

2.消费者主要权利。

3.消费者主要义务。

**第五讲 产品质量法**

**一、基本要求**

理解和掌握产品范围，缺陷产品召回制度，生产者责任与义务，缺陷产品责任构成条件和免责范围。

**二、授课方法**

自学。

**三、学习内容**

(一) 我国产品的范围

1. 产品是指经过加工、制作、用于销售的产品

2. 主要内容：

第一，经过加工制作的产品。包括工业产品、手工业产品、农产品等。

第二，用于销售的产品。没有投入流通的生活自用产品、使用产品、加工承揽的非标准产品等，都不适用《产品质量法》。

不适用《产品质量法》的产品范围。

1. 建设工程，即不动产。但是建设工程使用的建筑材料、建筑构配件和设备，属于产品质量法规定的产品范围的
2. 军工产品。
3. 第三， 因核设施、核产品造成损害的赔偿责任，法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

（二）缺陷产品召回制度

1. 缺陷产品召回制度，是指缺陷产品的制造商或进口商，依照法定程序，选择修理、更换、收回等方式消除其产品可能引起人身伤害、财产损失的缺陷的法律制度。

2. 主要内容：

缺陷产品召回制度的创设动因：

1. 防患于未然，避免消费者遭受更大损害，维护整体社会公共利益。
2. 变事后救济为事先预防，降低经营风险，避免经营者遭受更大损失。

缺陷产品召回制度的确立依据

1. 缺陷产品召回制度确立依据之一是经营者尽最大注意义务。
2. 缺陷产品召回制度确立依据之二是经营者的保障交易安全义务。

缺陷产品召回制度的价值

第一，缺陷产品召回制度“召回”了安全。

第二，缺陷产品召回制度“召回”了信赖。

第三，缺陷产品召回制度“召回”了良性发展。

（三）生产者的产品质量责任和义务

主要内容：

第一，生产者应当对其生产的产品质量负责。保证产品不存在危及人身、财产安全的不合理危险，有保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的，应当符合该标准。

第二，产品或者其包装上的标识必须真实应当符合要求。

第三，特殊产品的包装必须符合要求。

1. 不得违反《产品质量法》的禁止性规定。

（四）缺陷产品责任

1. 缺陷产品责任有一个专门的法律术语，即“产品责任”。它是指产品的生产者、销售者因其生产、销售的产品因存在缺陷，造成了他人人身以及该产品以外的其他财产损害，而依法应承担的赔偿责任。它在法律性质上属于侵权责任中的特殊侵权责任。

2.主要内容:产品责任的构成要件

第一，产品有缺陷。产品存在危及人身、他人财产安全的不合理的危险；产品有保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的，是指不符合该标准.

第二，有损害事实存在。损害事实的存在是指产品因缺陷造成了人身、缺陷产品以外的其他财产的损害。

1. 产品缺陷与损害后果之间有因果关系。

产品责任的免除

第一，未将产品投入流通的；

第二，产品投入流通时，引起损害的缺陷尚不存在的；

第三，将产品投入流通时的科学技术水平尚不能发现缺陷的存在的。

**四、重点难点**

本讲重点和难点是缺陷产品召回制度，缺陷产品责任构成条件和免责范围。

**五、思考与讨论**

1.产品涵义和范围。

2.缺陷产品召回制度。

3.生产者责任与义务。

4.缺陷产品责任构成条件。

5.产品责任免责情形。