

市场营销与维护法律风险防控操作实务

第一章 产品质量法律风险防控实务

第一节 产品及其产品质量

- 1、产品的概念与范围
- 2、产品质量的定义与构成要素

案例分析 2

第二节 产品质量标准及其法律监督

- 1、产品质量标准及其等级要求
- 2、产品质量的行政监督与群众举报制度
- 3、工商行政管理部门进行产品质量监督的方法
- 4、工商行政管理部门进行产品质量监督的程序
- 5、产品质量法律监督风险防控对策

结合案例分析 3

第三节 生产者、销售者的产品质量责任和义务

- 1、生产者的质量责任与义务

案例分析 4

- 2、销售者的产品质量责任与义务

案例分析 5

- 3、生产者与销售者的连带法律责任
- 4、销售者产品质量责任法律风险防控对策

结合案例分析 6

第四节 产品质量责任的赔偿与处罚

- 1、产品质量责任的民事赔偿责任
- 2、违反产品质量法的行政处罚
- 3、违反产品质量法的刑事处罚

结合案例分析 7

第二章 消费者权益保护法法律风险防控

第一节 消费者权益保护法概述

第二节 消费者的主要权利

- 1、人身、财产安全权
- 2、知悉权与受尊重权
- 3、选择权与公平交易权
- 4、获得赔偿权
- 5、批评建议权

第三节 经营者的主要义务

- 1、诚信经营义务
- 2、真实说明和明确警示义务
- 3、停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁义务
- 4、不得作虚假或者引人误解的宣传
- 5、确保产品质量义务
- 6、质量三包义务

结合案例分析 8

第四节 消费者的维权与途径

- 1、消费者协会的职责与权利
- 2、消费者权益争议的解决途径

第五节 消费者权益保护法的法律风险防控

- 1、违反消费者权益保护法的主要法律风险点
- 2、民事责任的法律风险防控
- 3、行政责任的法律风险防控
- 4、刑事责任的法律风险防控

结合案例分析 9

第三章 反不正当竞争法律风险防控

第一节 不正当竞争的定义

第二节 不正当竞争的主要种类

- 1、假冒行为
- 2、贿赂行为
- 3、虚假宣传
- 4、侵犯商业秘密
- 5、倾销行为
- 6、不当有奖销售
- 7、诋毁竞争对手行为

结合案例分析 10、11

第三节 反不正当竞争法的法律风险防控

- 1、违反反不正当竞争法的主要法律风险点
- 2、如何防范承担民事责任
- 3、如何防范承担行政责任
- 4、如何防范承担刑事责任

结合案例分析 12、13

第四章 《广告法》法律风险防控操作实务

第一节 新《广告法》概述

- 1、新《广告法》的五大变化
- 2、新《广告法》的十大亮点
- 3、广告的定义与限定
- 4、广告法的基本原则

案例分析 14

第二节 广告内容准则

- 1、如何理解广告内容的“准确、清楚、明白”
- 2、广告内容不得拥有的十一大禁止性规定
- 3、如何在广告中正当运用专利权
- 4、广告不得贬低竞争对手

案例分析 15

第三节 虚假广告

- 1、虚假广告的认识
- 2、虚假广告的法定种类
- 3、发布虚假广告的主要法律风险点
- 4、电信企业中虚假广告的关键法律风险防控措施

案例分析 16、17

第四节 广告行为规范

- 1、广告行为与广告合同的签订
- 2、广告代言人的代理资格与连带责任
- 3、大众传媒发布广告的特别规定
- 4、发布户外广告的禁止性规定
- 5、发送电子信息广告的特别规定
- 6、发布互联网广告的特别规定
- 7、广告合法行为的法律风险防控措施

结合案例分析 18、19

第四节 广告行为的监督管理

- 1、发布广告的法定审查程序
- 2、工商行政管理部门履行广告监督管理的职责
- 3、公众投诉、举报制度
- 4、企业在广告行为监督管理中的关键法律风险防控措施

案例分析 20

说明：

- 1、本课纲为 2-3 天的授课内容。
- 2、可根据客户的要求，对授课内容进行适当的增删。
- 3、教学案例，以实际授课课件中的案例为准。
- 4、制作：曾少林