

KARTA PRZEDMIOTU

1. Informacje wstępne

Nazwa przedmiotu	Publiczne prawo konkurencji
Wydział	Wydział Prawa
Kierunek	Prawo
Specjalność/Ścieżka specjalizacyjna	—
Poziom PRK	7 PRK
Poziom kształcenia	jednolite studia magisterskie
Forma studiów	studia stacjonarne
Grupa zajęć	—
Liczba punktów ECTS	4
Rodzaj przedmiotu	fakultatywny
Liczba godzin ogółem	30 godz.
Cykl dydaktyczny	2024/2025 zimowy
Semestr studiów	8
Rok studiów	4
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Rok realizacji	2027/2028
Język wykładowy	polski
Osoba odpowiedzialna za przedmiot	

Semestr, liczba punktów ECTS, rodzaj zajęć, liczba godzin w planie studiów

Semestr	Wykład
8	30 godz. 4 ECTS

2. Cele przedmiotu

C1	Celem dydaktycznym przedmiotu jest przekazanie i uzyskanie przez studentów wiedzy na temat regulacji polskiego i unijnego prawa antymonopolowego. Ta - stanowiąca jeden z filarów właściwego funkcjonowanie gospodarki wolnorynkowej - dziedzina prawa od kilku lat znajduje się w fazie dynamicznego rozwoju, mając coraz większe znaczenie w obrocie prawnogospodarczym w Polsce (jak i w innych krajach). Świadczy o tym (m.in.) wzrastająca ilość wszczynanych przez organy antymonopolowe postępowań przeciwko przedsiębiorcom, którym zarzuca się naruszenie prawa konkurencji. Zaznajomienie się przez studentów z instytucjami tego prawa staje się więc coraz bardziej pożądane oraz potrzebne.
-----------	--

3. Wymagania wstępne

zalecane postępowanie administracyjne

4. Opis efektów uczenia się

W1	Wiedza: Uzyskanie przez studentów wiedzy z zakresu stanowiącego przedmiot "treści programowych" przedmiotu	EUK7_W1
U1	Umiejętności: Zrozumienie celów prawnych instytucji obrotu handlowego (zakazów, reglamentacji), ich aksjologii (tj. chronionych wartości); umiejętność stosowania i wykładni relewantnych przepisów prawa; umiejętność prawidłowej oceny regulacji prawnej w kontekście i ich ekonomicznej analizy (metoda law and economics)	EUK7_U1

5. Treści programowe

Wykład (30 godz.)

Kod	Tematyka zajęć (nr semestru: 8)
Wyk1	Zakres podmiotowy i terytorialny polskiego prawa konkurencji oraz jego relacja do prawa unijnego - pojęcie przedsiębiorcy na gruncie ustawy antymonopolowej (w tym relacja do pojęcia przedsiębiorcy na gruncie innych ustaw), - łącznik faktycznego lub potencjalnego miejsca wystąpienia antykonkurencyjnego skutku jako kryterium wyznaczającym terytorialny zakres stosowania ustawy antymonopolowej, - granica stosowania polskiego oraz wspólnotowego prawa konkurencji (przesłanka możliwości wpływu praktyki rynkowej na handel między państwami członkowskimi)
Wyk2	Rynek właściwy (relewantny) - wyznaczenie rynku jako warunek konieczny stosowania prawa konkurencji (identyfikacja konkurentów i/lub płaszczyzn rywalizacji ekonomicznej), - ogólne pojęcie rynku oraz jego rodzaje (monopol, duopol, oligopol, rynek z konkurencją niedoskonałą, rynek z konkurencją doskonałą), - pojęcie rynku właściwego na gruncie ustawy antymonopolowej (oraz prawa wspólnotowego), - rynek właściwy pod względem produktowym (metody ustalania substytucyjności produktów jako zasadniczego kryterium zdefiniowania rynku właściwego asortymentowo), - rynek właściwy pod względem geograficznym (kryteria wyznaczania), - rynek właściwy pod względem czasowym

Wyk3	<p>Porozumienia antykonkurencyjne - pojecie porozumienia na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (porozumienia wertykalne i horyzontalne, kartele, uzgodnione praktyki), - typowe porozumienia antykonkurencyjne (porozumienia cenowe, porozumienia kontyngentowe, podział rynku, porozumienia dyskryminujące, zmowy przetargowe), - reglamentacja antykonkurencyjnych porozumień wertykalnych (minimalne oraz maksymalne ceny odsprzedaży produktów w porozumieniach dystrybucyjnych, tzw. klauzule czarne, dystrybucja selektywna i wyłączna, franchising, efekty skumulowane); - reglamentacja antykonkurencyjnych porozumień horyzontalnych (zakazane kartele a dopuszczalna kooperacja firm konkurujących); - wyjątki od zakazu zawierania porozumień antykonkurencyjnych (porozumienia bagatelne grupowe oraz indywidualne wyłączenia z tego zakazu (ciężar dowodowy); doktryna ograniczeń akcesoryjnych).</p> <p>5.Pozycja dominująca - pojęcie pozycji dominującej (siły rynkowej); kryteria ustalania posiadania pozycji dominującej przez przedsiębiorcę (wielkość udziału rynkowego, bariery wejścia na rynek), - przyczyny uzyskania pozycji dominującej, - kolektywna pozycja dominująca. 6.Nadużywanie pozycji dominującej - pojęcie nadużywania pozycji dominującej (klauzula generalna); pojęcie wykluczenia z rynku; foreclosure effect), - faktyczna lub prawdopodobna ekonomiczna szkoda konsumenta (consumer harm) jako kryterium mające decydować o kwalifikacji praktyki za nadużycie w świetle zreformowanego podejścia (wymagany standard dowodowy: dotychczasowe orzecznictwo sądowe a wytyczne Komisji Europejskiej z 9 lutego 2009 r.); - test również efektywnego konkurenta (proponowany przez Komisję) oraz inne standardy służące wykazaniu antykonkurencyjnego wykluczenia z rynku; - typowe praktyki stanowiące przejaw nadużycia wykluczającego: drapieżnictwo cenowe, transakcje wyłączne (exclusive dealing), systemy rabatowe, sprzedaż wiązana, pakietowanie produktów (w tym rabaty wielo-produktowe), odmowa dostaw w tym dostępu do tzw. urządzeń kluczowych (essential facilities) oraz praw własności intelektualnej, tzw. efekt nożyc cenowych (margin squeeze); - typowe praktyki stanowiące przejaw nadużycia eksploatacyjnego: narzucanie cen nadmiernie zawyżonych, narzucanie uciążliwych warunków umownych, praktyki eksploatacyjne dominantów na rynku zbytu (w tym tzw. opłaty półkowe); - obrona przedsiębiorstwa posiadającego pozycję dominującą przed zarzutem jej nadużycia: obiektywne uzasadnienie, korzyści efektywnościowe (efficiencies), obrona przez powołanie się na sprostanie konkurencji (meeting competition defence); doktryna działania państwa (state action doctrine)</p>
Wyk4	<p>Kontrola koncentracji przedsiębiorców - pojęcie koncentracji przedsiębiorców oraz jej rodzaje (koncentracje horyzontalne, wertykalne i konglomeratowe), - formy koncentracji (fuzja, przejęcie kontroli, utworzenie wspólnego przedsiębiorcy/joint venture), - warunki powstania obowiązku zgłoszenia zamiaru dokonania koncentracji Prezesowi UOKiK lub Komisji Europejskiej (tzw. progi bagatelności koncentracji; przypadki wyłączenia tego obowiązku), - decyzje organów antymonopolowych w sprawie koncentracji (kryteria oceny dopuszczalności koncentracji/ jej zgodności z prawem)</p>
Wyk5	<p>Egzekwowanie prawa konkurencji przez organy antymonopolowe - rodzaje postępowań prowadzonych przed Prezesem UOKiK, - wszczęcie, zawieszenie, umorzenie oraz zakończenie postępowania antymonopolowego, - uprawnienia Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Komisji Europejskiej (żądanie informacji, kontrola i przeszukania przedsiębiorcy), - kary za naruszenie prawa konkurencji: zasady wymierzania kar oraz ustalania ich wysokości, okoliczności łagodzące oraz obciążające przedsiębiorcę, warunki zwalniania z kary oraz redukowania jej wysokości; polityka tzw. pobłażania (leniency).</p>

6. Metody dydaktyczne

Wykład	
M1	Analiza przypadków
M2	Analiza tekstów
M6	Dyskusja
M17	Prezentacja multimedialna
M19	Studium przypadku
M20	Wykłady
M23	Zajęcia praktyczne

7. Nakład pracy studenta

Forma aktywności studenta	Obciążenie studenta
Wykład	30 godz.
W tym metodą e-learning:	0 godz.

Praca własna studenta	
	70 godz.

Całkowite obciążenia	
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu wynikająca z całego nakładu pracy studenta	100 godz.
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	4 ECTS

8. Kryteria oceny

Warunki zaliczenia przedmiotu:

zaliczenie testu oraz wskazana obecność i aktywność na wykładach

Wykłady (Egzamin końcowy / Zaliczenie końcowe)	
Na ocenę 5:	minimum 90% całości punktacji z testu
Na ocenę 4,5:	minimum 80% całości punktacji z testu
Na ocenę 4:	minimum 70% całości punktacji z testu
Na ocenę 3,5:	minimum 60% całości punktacji z testu
Na ocenę 3:	minimum 50% całości punktacji z testu

9. Literatura

Literatura podstawowa

1. T. Skoczny (red.) — Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Warszawa, 2014, C.H. Beck, WYD. 2
K. Kohutek K., Sieradzka M. — Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Warszawa, 20148, Wolterskluwer business, WYD. 2

Pomoce dodatkowe

[1] Ustawa/rozporządzenie w przedmiocie Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia z dnia 16 lutego 2007 r. o Dz.U. Dz.U.2020.1076 t.j. z dnia 2020.06.22