



Reklamacje i gwarancje w obrocie konsumenckim i profesjonalnym – fakty i mity

Program szkolenia cz. 1

CZĘŚĆ I - REKLAMACJE W OBROCI KONSUMECKIM I PROFESJONALNYM	
10:00 - 11:00	<p>I. Wprowadzenie do problematyki reklamacyjnej – bo od czegoś trzeba zacząć; omówienie najważniejszych aktów prawnych dotyczących reklamacji, prawo konsumenckie, prawa dotyczące kontrahentów)</p> <p>II. Wyjaśnienie następujących pojęć (rozdzielenie definicji potocznych i prawnych):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Przedsiębiorca, konsument oraz „przeciętny konsument” – w rozumieniu szeregu ustaw i w oparciu o orzecznictwo, 2. Niedozwolone klauzule umowne – czy obowiązują między przedsiębiorcami? 3. Rękojmia, gwarancja producenta lub sprzedawcy- omówienie różnic, 4. Niedozwolone praktyki handlowe - przykłady „z życia wzięte” <p>III. Niezgodność towaru z umową, rękojmia a wady fizyczne lub prawne – różnice między tymi pojęciami, czy istnieje rękojmia konsumencka? Czym jest rękojmia między przedsiębiorcami – czy potrzeba ją wpisywać w umowie?</p> <p>IV. Odmienność praw dotyczących konsumentów i przedsiębiorców – zawiloci ustawy konsumenckiej,</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kto, kiedy i za co płaci? Jakie prawa dotyczą konsumentów, a jakie kontrahentów będących przedsiębiorcami? 2. „Czy klient ma zawsze rację?” 3. Jakie terminy obowiązują przy sprzedaży konsumenckiej a jakie przy sprzedaży profesjonalnej? Jakich produktów dotyczy ustawa o sprzedaży konsumenckiej (czy produkty spożywcze też można reklamować i w jakim czasie). Jakich produktów dotyczy rękojmia między przedsiębiorcami? <p>V. Uprawnienia i obowiązki sprzedawcy czyli czy sprzedawca może odesłać klienta do producenta i odwrotnie.....</p> <p>VI. Zakupy przez Internet - prawo konsumenta do namysłu czyli jak w aspekcie prawnym wygląda odsyłanie rzeczy zakupionych internetowo (czy mogą być rozpakowane, czy muszą być oryginalnie zapakowane, czy za używania klient powinien zapłacić itp.)</p> <p>VII. Nieodebranie towaru przez konsumenta - odpowiedzialność przedsiębiorcy czy konsumenta – kto i za co odpowiada? Warsztaty z uczestnikami: uczestnicy otrzymują do rozwiązania autentyczne kazusy sądowe lub zakończone ugodą. Uczestnicy - pod opieką trenera - rozwiązują kazusy (redagowanie odpowiedzi na reklamację, poszukiwanie przepisów prawnych , udzielanie odpowiedzi podczas ustnej rozmowy z klientem itp.)</p>
11:00 -13:00	<p>VIII. Reklamacje konsumentów i profesjonalistów – w jakiej formie trzeba przyjąć reklamację, czy ustna reklamacja jest ważna, jak spisać protokół reklamacyjny, jakie są „kruczki prawne” w zakresie reklamacji, jak odpowiadać na reklamację – w jakim czasie, w jakiej formie, czy przedsiębiorcy powinni reklamować towar niezwłocznie? Czy do reklamacji musi być umowa pisemna?</p> <p>IX. Wady produktów – wady ukryte i jawne, kto weryfikuje czy wada była w produkcie czy też klient spowodował uszkodzenie?</p> <p>X. Produkt jako część urządzenia – czy jeśli klient zareklamuje część urządzenia to może następnie reklamować samo urządzenie, a jeśli klient sam montował urządzenie – czy ma prawo do reklamacji?</p> <p>XI. Klient nie odbiera towaru – co mamy zrobić z zalegającym produktem? Jeśli towar zginie, ulegnie niszczeniu czyja to będzie wina? Jak długi okres czasu należy przechowywać towar nieodebrany od klienta oraz czy istnieje możliwość sprzedaży takiego towaru?</p> <p>XII. Klient nie ma dowodu zakupu – czy można rozpatrywać jego reklamację? Czy sprzedawca winien szukać paragonu? A jeśli klient ma wydruk z karty bankomatowej, że dokonał zakupu w sklepie – czy trzeba rozpatrzyć reklamację?</p>



Reklamacje i gwarancje w obrocie konsumenckim i profesjonalnym – fakty i mity

Program szkolenia cz. 2

13:30 - 13:45	Galicyski, wykwinny obiad
14:00 - 15:00	<p>CZĘŚĆ II - GWARANCJA W OBROTCIE KONSUMENCKIM I PROFESJONALNYM</p> <p>I. Gwarancja – co daje sprzedawcy gwarancja? Czy można wykorzystać gwarancję w procesie reklamacyjnym? Kto odpowiada – gwarant czy sprzedawca? Kiedy klient może skorzystać z gwarancji?</p> <p>II. Gwarancja w obrocie konsumenckim - dokumenty gwarancyjne, termin, możliwość korzystania z gwarancji</p> <p>III. Gwarant - kto nim jest i przez ile lat?</p> <p>IV. Redagowanie gwarancji dla konsumentów i dla profesjonalistów - o czym należy pamiętać, jakie klauzule należy zawrzeć</p> <p>V. Odpowiedzialność usługodawcy z tytułu gwarancji – Kto i za co odpowiada? Jakie są terminy?</p> <p>VI. Odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu gwarancji</p> <p>VII. Towar z gwarancją, potwierdzenie umowy na piśmie</p> <p>VIII. Najczęściej popełniane błędy przy korzystaniu z gwarancji konsumenckiej?</p>
15:00 - 16:00	<p>CZĘŚĆ III - ROSZCZENIA REKLAMACYJNE I ODPOWIEDZIALNOŚĆ Z TYTUŁU REKLAMACJI</p> <p>I. Żądania klienta - konsumenta i klienta – przedsiębiorcy – czy klient ma zawsze rację?</p> <p>II. Wymiana towaru na nowy czy naprawa – co należy wykonać najpierw?</p> <p>III. Do trzech razy sztuka – czyli ile może być napraw?</p> <p>IV. Promocja i przecena a kwestia roszczeń reklamacji, rękojmi i gwarancji</p> <p>V. Towary używane – czy można je reklamować?</p> <p>VI. Pozwę Was do sądu – jakich roszczeń może żądać klient i jak przedstawia się polskie orzecznictwo z zakresu ustawy konsumenckiej</p> <p>VII. Szkoda majątkowa i niemajątkowa - rozróżnienie pojęć</p> <p>VIII. Kary umowne, odszkodowania - Produkt niebezpieczny – odpowiedzialność przedsiębiorców za wprowadzany na rynek produkt</p> <p>IX. Możliwości zwolnienia się przedsiębiorcy od odpowiedzialności za szkodę</p> <p>VIII. Rozwiązywanie kasusów, rozwiązywanie problemów uczestników, konstruowanie dokumentacji niezbędnej do pracy przy przetwarzaniu danych osobowych w marketingu. Przedstawienie przykładów orzeczeń UOKiK, polskich sądów powszechnych a także dorobku orzecznictwa wspólnotowego w kontekście reklamacji i gwarancji konsumenckiej i profesjonalnej. Warsztaty z uczestnikami podsumowujące proces reklamacyjny.</p>
16:00 - 16:30	Zakończenie warsztatów, rozdanie certyfikatów, losowanie nagród, indywidualne konsultacje z prawnikiem



Reklamacje i gwarancje w obrocie konsumenckim i profesjonalnym – fakty i mity

Powody, dla których warto skorzystać ze szkolenia to m.in.

1. Trener – praktyk czyli Mec. Monika Brzozowska i jej dewiza iż „naucycielem wszystkiego jest praktyka”. Teorię zostawia teoretykom i nie pozostawia uczestników bez odpowiedzi (średnia ocena z dotychczasowych szkoleń 4,95 w systemie 1-5).
2. Pierwsza pomoc – czyli możliwość zadawania pytań trenerowi przed szkoleniem. Pytanie zostanie zanalizowane podczas szkolenia
3. Opieka trenera podczas szkolenia - możliwość zadawania pytań, indywidualne konsultacje z trenerem podczas przerw, analiza przypadków uczestników
4. Bogate materiały szkoleniowe – wszystko co jest przedstawiane podczas szkolenia a nawet więcej...
5. Imienne certyfikaty uczestnictwa
6. Koło ratunkowe czyli opieka po-szkoleniowa (możliwość zadania pytania trenerowi nawet do 2 tygodni po szkoleniu)
7. Wspaniała galicyjska kuchnia z aromatyczną kawą z rana oraz ciasteczkami. Degustacja krakowskich przysmaków
8. Praktyczna wiedza przedstawiona podczas nietypowego szkolenia oraz niezapomniane wrażenia z pobytu w Krakowie

Cena szkolenia: ustalona indywidualnie

W cenie szkolenia:

- uczestnictwo w szkoleniu,
- opieka trenera podczas szkolenia,
- indywidualne porady trenera podczas przerw w kularach
- atrakcyjne bonusy i promocje
- bogate materiały szkoleniowe,
- uczestnictwo w losowaniu nagród
- możliwość zadawania pytań w oparciu o własne doświadczenia
- catering (przerwy kawowo - ciastkowe, wykwinty obiad),
- zaświadczenie ukończenia szkolenia

Chcesz dowiedzieć się więcej o szkoleniu ?

Napisz: alicja.grzebien@pdblegal.pl

Zadzwoń: tel: 12 431-08-60, 606 750 170



Reklamacje i gwarancje w obrocie konsumenckim i profesjonalnym – fakty i mity

Szkolenie prowadzi: Mec. Monika Brzozowska



Adwokat, partner w Kancelarii Pasięka, Derlikowski, Brzozowska i Partnerzy, ekspert z zakresu własności intelektualnej. Z uwagi na wcześniejszą pracę (m.in. jako dziennikarz, copywriter w agencji reklamowej, rzecznik prasowy, autor) praktyk w dziedzinie praw autorskich.

Od 2004 r. prowadzi szkolenia „Prawo autorskie w reklamie i promocji”, „Nieuczciwa konkurencja i nieuczciwe praktyki handlowe w reklamie”, „Prawo promocji czyli wszystko co należy wiedzieć o reklamie”, „Prawo autorskie w pracy PR-owca”, „Prawo autorskie w kulturze i administracji publicznej”. Dotychczas – z problematyki prawa własności intelektualnej - przeszkoliła ponad 5000 osób. W szkoleniach tych brali udział pracownicy muzeów, administracji publicznej oraz biznesu.

Prowadzi obsługę prawną wielu agencji reklamowych (stąd żadne pytanie nie jest w stanie jej zaskoczyć), instytucji kultury (m.in. BECEK, IPN), organów administracji publicznej.

Nauczyciel akademicki m.in. w Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie, PWST oraz szeregu szkół artystycznych.

Autorka wielu książek z zakresu swojej specjalizacji pt. „Prawo prasowe w praktyce. Kazusy wraz z rozwiązaniami”, „Prawo autorskie w reklamie i marketingu”, „Prawo autorskie w kulturze”, „Prawo autorskie w administracji publicznej”. Pisuje do pism branżowych takich jak m.in. Marketing w praktyce, Dziennik Gazeta prawna, Animator kultury, Marketer plus i wielu innych. Publikuje na portalach branżowych – m.in. marketingowiec.pl, proto.pl, zabezpieczenia.com, epr.pl. Współtwórca portalu prawo_autorskie.wieszjak.pl.

Uczestniczy jako prelegent w wielu Konferencjach (w tym również międzynarodowych) oraz szkoleniach, seminariach i warsztatach uzyskując bardzo wysokie noty od uczestników.