

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЮРИДИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ О.Е. КУТАФИНА (МГЮА)»**

*Кафедра интеллектуальных прав*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ЗАЩИТА БРЕНДОВ: СТРАТЕГИЯ,  
СИСТЕМЫ, МЕТОДЫ**

**М2.В.ДВ.01.02**

**год набора - 2021**

<b>Код и наименование направления подготовки:</b>	40.04.01 Юриспруденция
<b>Уровень высшего образования:</b>	уровень магистратуры
<b>Направленность (профиль):</b>	Интеллектуальные права и право новых технологий
<b>Форма (формы) обучения:</b>	очная, очно-заочная (вечерняя), заочная
<b>Квалификация (степень):</b>	магистр

Москва – 2021

Программа утверждена на заседании кафедры интеллектуальных прав,  
протокол № 6 от «25» февраля 2021 года.

Автор:

**Ворожевич А.С.** – кандидат юридических наук, преподаватель  
кафедры интеллектуальных прав Университета имени О.Е. Кутафина  
(МГЮА).

Рецензент:

**Кольздорф М.А.** – заместитель начальника отдела обобщения  
судебной практики и статистики Суда по интеллектуальным правам

**Ворожевич А.С.**

Защита брендов: стратегия, системы, методы: рабочая программа  
учебной дисциплины (модуля)/ А.С. Ворожевич. - М.: Издательский центр  
Университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА), 2021.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО

© Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА), 2021

## **I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1. Цели и задачи освоения учебной дисциплины (модуля)**

Целями освоения учебной дисциплины (модуля) **«Защита брендов: стратегия, системы, методы»** являются:

- получение обучающимися углубленных научных и практических правовых знаний в одной из важнейших областей права интеллектуальной собственности – сфере защиты брендов, – направленных на формирование и развитие умений и навыков юридического анализа, обобщения, разрешения и прогнозирования различных, в том числе нестандартных, правовых ситуаций;
- подготовка обучающегося к профессиональной деятельности, связанной с разработкой и реализацией правовых норм, обеспечением законности и правопорядка, проведением научных исследований в сфере защиты брендов.

Указанная цель достигается путем решения следующих **задач**:

1) в области обучения:

- освоить основные вопросы, связанные с методами и стратегиями защиты брендов, изучить действующее законодательство применительно к учебной дисциплине (модулю) и возможные пути его развития, систематизировать правоприменительную практику, выявляя характерные черты разрешения типовых проблем.

2) в области воспитания:

- сформировать потребность в саморазвитии, самосовершенствовании, культуру мышления, повысить уровень правосознания, сформировать этику юриста;

3) в области развития:

- развить организаторские способности обучающегося, необходимые для обеспечения правовой защиты брендов, аналитические качества для решения споров в сфере интеллектуальных прав в работе судьей, а также общие способности для занятия научной и педагогической деятельностью.

Обучающийся в рамках учебной дисциплины (модуля) **«Защита брендов: стратегия, системы, методы»** готовится к следующим **видам профессиональной деятельности**:

- а) правотворческая;
- б) правоприменительная;
- в) правоохранительная;
- г) экспертно-консультационная;
- д) организационно-управленческая;
- е) научно-исследовательская;
- ж) педагогическая.

## 1.2. Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ООП ВПО

Дисциплина (модуль) **«Защита брендов: стратегия, системы, методы»** относится к дисциплинам по выбору вариативной (профильной) части профессионального цикла основной образовательной программы высшего профессионального образования. Изучается в первом семестре 1 курса.

Учебная дисциплина (модуль) **«Защита брендов: стратегия, системы, методы»** опирается на «входные» знания, полученные обучающимися в процессе освоения программы бакалавриата: экономики, теории государства и права и отраслевых юридических наук, прежде всего, конституционного, административного, гражданского, финансового, уголовного, гражданского процессуального права и административного судопроизводства.

Приступая к изучению учебной дисциплины (модуля) **«Защита брендов: стратегия, системы, методы»**, обучающийся должен понимать значение таких понятий как «интеллектуальные права», «средства индивидуализации», «лицензионное соглашение», «правообладатель», «товарные знаки», «коммерческие обозначения», «фирменные наименования», «компенсация», «форма, порядок и способы защиты субъектного права», «недобросовестная конкуренция»; знать, в каком порядке и посредством каких способов осуществляется защита нарушенных исключительных прав, ориентироваться в судебной практике.

## 1.3. Формируемые компетенции

В результате изучения учебной дисциплины (модуля) **«Защита брендов: стратегия, системы, методы»** обучающийся должен обладать следующими **общекультурными компетенциями (ОК)**:

- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, проявлением нетерпимости к коррупционному поведению, уважительным отношением к праву и закону, обладанием достаточным уровнем профессионального правосознания (ОК-1);
- способностью добросовестно исполнять профессиональные обязанности, соблюдать принципы этики юриста (ОК-2);
- способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-3);
- компетентным использованием на практике приобретенных умений и навыков в организации исследовательских работ, в управлении коллективом (ОК-5).

В результате изучения учебной дисциплины (модуля) **«Защита брендов: стратегия, системы, методы»** выпускник должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК)**: способностью разрабатывать нормативные правовые акты (ПК-1); способностью квалифицированно применять нормативные правовые акты в конкретных сферах юридической деятельности, реализовывать нормы материального и процессуального права

в профессиональной деятельности (ПК-2); способностью выявлять, пресекать, раскрывать и расследовать правонарушения и преступления (ПК-4); способностью осуществлять предупреждение правонарушений, выявлять и устранять причины и условия, способствующие их совершению (ПК-5); способностью квалифицированно толковать нормативные правовые акты (ПК-7); способностью принимать участие в проведении юридической экспертизы проектов нормативных правовых актов, в том числе в целях выявления в них положений, способствующих созданию условий для проявления коррупции, давать квалифицированные юридические заключения и консультации в конкретных сферах юридической деятельности (ПК-8); способностью воспринимать, анализировать и реализовывать управленческие инновации в профессиональной деятельности (ПК-10); способностью эффективно осуществлять правовое воспитание (ПК-15).

#### **1.4. Планируемые результаты освоения учебной дисциплины (модуля)**

В результате освоения учебной дисциплины (модуля) **«Защита брендов: стратегия, системы, методы»** обучающийся должен:

**1) Знать:**

- общее понятие бренда, его соотношения с понятиями «объекты интеллектуальной собственности», «средства индивидуализации», «товарные знаки»; понятие «деловая репутация» (гудвилл);
- механизмы и стратегии получения брендом необходимой правовой охраны;
- правовые средства и стратегии защиты брендов;
- способы получения прав на чужой бренд;
- стратегии оспаривания действительности правовой охраны товарного знака;
- особенности споров о досрочном прекращении правовой охраны чужого товарного знака;
- особенности правовой охраны известных товарных знаков;
- механизмы защиты деловой репутации (гудвилл) при нарушении прав на средства индивидуализации.

**2) Уметь:**

- составлять проекты исковых заявлений, отзывов на иск и иных документов, связанные с защитой прав на бренды;
- квалифицированно применять нормативные правовые акты в сфере прав на средство индивидуализации, реализовывать соответствующие нормы гражданского права в профессиональной деятельности;
- выполнять должностные обязанности по обеспечению законности и правопорядка в сфере использования брендов;
- квалифицированно толковать нормативные правовые акты, содержащие нормы, регулирующие отношения в сфере защиты брендов;

- проводить юридическую экспертизу избранной компании стратегии защиты бренда, комплексную оценку (due diligence) интеллектуальной собственности компании;
- давать квалифицированные юридические заключения и консультации по вопросам защиты брендов;
- анализировать решения судов по спорам, связанным с защитой брендов.

### 3) Владеть:

- способностями самостоятельной разработки проектов нормативных правовых актов, содержащих нормы, регулирующие отношения в сфере брендов;
- навыками разработки стратегий правовой защиты бренда;
- навыками, необходимыми для получения прав на коммерчески привлекательный бренд, как «свободный», так и занятый иными участниками рынка;
- опытом анализа материалов судебной практики по вопросам защиты бренда; выработки правовой позиции по спорам в соответствующей сфере; составления проектов исковых заявлений, отзывов на иск;
- навыками критической оценки теоретических концепций в области защиты бренда, способностью квалифицированно проводить научные исследования в данной области.

## II. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 2.1 Программа учебной дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость учебной дисциплины (модуля) «Защита брендов: стратегия, системы, методы» составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

#### Тематический план для очной формы обучения

№ п/п	Раздел (тема) учебной дисциплины (модуля)	Семестр/триместр	Виды учебной деятельности и трудоемкость (в ак. часах)				Образовательные технологии	Формы текущего контроля
			лекции	Лабораторный практикум	практические занятия	СР		
1.	Понятие бренда: экономический и правовой аспект. Защита брендов: общий	1	2		-	7	Лекция-дискуссия, презентация, интерактивное	Устный опрос, решение казусов,

	обзор.						занятие	решение практических заданий.
2.	Установление правовой охраны бренда: правовые средства, стратегии	1	-		2	15	Презентация, интерактивное занятие, обобщение судебной практики, работа в малых группах	Тестирование, решение казусов, решение практических заданий.
3.	Стратегии и методы правовой защиты бренда в случае его использования иным лицом	1	-	2	2	20	Презентация, интерактивное занятие, обобщение судебной практики, работа в малых группах, case study, творческие задания, дискуссия	Тестирование, устный опрос, решение казусов, решение практических заданий.
4.	Завладение «чужим брендом»: стратегии нападения и защиты	1	-		4	20	Презентация, интерактивное занятие, обобщение судебной практики, работа в малых группах, case study, творческое задание, деловая игра	Тестирование, решение казусов, решение практических заданий. Контрольная работа
5.	Злоупотребление правами на товарный знак. Защита связанной с брендом деловой репутации (гудвилл).	1	-		2	15	Интерактивное занятие, обобщение судебной практики, работа в малых группах, case study, творческое задание	Тестирование, устный опрос, решение казусов, решение практических заданий.
6.	Недобросовестная конкуренция при использовании брендов.	1	-		2	15	Презентация, интерактивное занятие, обобщение судебной практики, работа в малых	Тестирование, решение казусов, решение практических заданий.

							группах, case study, творческое задание	
	ВСЕГО по ОФО		2	2	12	92	зачет	

**Тематический план для очно-заочной (вечерней) формы обучения**

№ п/п	Раздел (тема) учебной дисциплины (модуля)	Семестр/триместр	Виды учебной деятельности и трудоемкость (в ак. часах)				Образовательные технологии	Формы текущего контроля
			лекции	Лабораторный практикум	практические занятия	СР		
1.	Понятие бренда: экономический и правовой аспект. Защита брендов: общий обзор.	1	2		-	7	Лекция-дискуссия, презентация, интерактивное занятие	Устный опрос, решение казусов, решение практических заданий.
2.	Установление правовой охраны бренда: правовые средства, стратегии	1	-		2	15	Презентация, интерактивное занятие, обобщение судебной практики, работа в малых группах	Тестирование, решение казусов, решение практических заданий.
3.	Стратегии и методы правовой защиты бренда в случае его использования иным лицом	1	-	2	2	20	Презентация, интерактивное занятие, обобщение судебной практики, работа в малых группах, case study, творческие задания, дискуссия	Тестирование, устный опрос, решение казусов, решение практических заданий.
4.	Завладение «чужим брендом»: стратегии нападения и защиты	1	-		2	20	Презентация, интерактивное занятие, обобщение судебной практики,	Тестирование, решение казусов, решение практических заданий.



							работа в малых группах, case study, творческое задание, деловая игра	Контрольная работа
5.	Злоупотребление правами на товарный знак. Защита связанной с брендом деловой репутации (гудвилл).	1	-		2	16	Интерактивное занятие, обобщение судебной практики, работа в малых группах, case study, творческое задание	Тестирование, устный опрос, решение казусов, решение практических заданий.
6.	Недобросовестная конкуренция при использовании брендов.	1	-		2	16	Презентация, интерактивное занятие, обобщение судебной практики, работа в малых группах, case study, творческое задание	Тестирование, решение казусов, решение практических заданий.
	ВСЕГО по ОЗФО		2	2	10	94	зачет	

### **Тематический план для заочной формы обучения**

№ п/п	Раздел (тема) учебной дисциплины (модуля)	Семестр/триместр	Виды учебной деятельности и трудоемкость (в ак. часах)				Образовательные технологии	Формы текущего контроля
			лекции	Лабораторный практикум	практические занятия	СР		
1.	Понятие бренда: экономический и правовой аспект. Защита брендов: общий обзор.	1	2		-	14	Лекция-дискуссия, презентация, интерактивное занятие	Устный опрос, решение казусов, решение практических заданий.
2.	Установление правовой охраны бренда: правовые средства,	1	-		2	15	Презентация, интерактивное занятие,	Тестирование, решение казусов,

	стратегии						обобщение судебной практики, работа в малых группах	решение практических заданий.
3.	Стратегии и методы правовой защиты бренда в случае его использования иным лицом	1	-	2		20	Презентация, интерактивное занятие, обобщение судебной практики, работа в малых группах, case study, творческие задания, дискуссия	Тестирование, устный опрос, решение казусов, решение практических заданий.
4.	Завладение «чужим брендом»: стратегии нападения и защиты	1	-		2	20	Презентация, интерактивное занятие, обобщение судебной практики, работа в малых группах, case study, творческое задание, деловая игра	Тестирование, решение казусов, решение практических заданий. Контрольная работа
5.	Злоупотребление правами на товарный знак. Защита связанной с брендом деловой репутации (гудвилл).	1	-		2	13	Интерактивное занятие, обобщение судебной практики, работа в малых группах, case study, творческое задание	Тестирование, устный опрос, решение казусов, решение практических заданий.
6.	Недобросовестная конкуренция при использовании брендов.	1	-		2	10	Презентация, интерактивное занятие, обобщение судебной практики, работа в малых группах, case study, творческое задание	Тестирование, решение казусов, решение практических заданий.
	ВСЕГО по ЗФО		2	2	8	92	зачет (4 ак.ч. на подготовку и сдачу зачета)	

## **2.2 Содержание учебной дисциплины (модуля)**

### **Тема 1. Понятие бренда: экономический и правовой аспект.**

#### **Защита брендов: общий обзор.**

Понятие бренда. Соотношение понятие «бренд» с понятиями «средства индивидуализации», «товарный знак». Функции бренда в современных экономических системах. Товарный знак как символ деловой репутации, гудвилл. Общий обзор стратегий и методов обеспечений правовой охраны бренда, защиты его от посягательств иных лиц.

### **Тема 2. Установление правовой охраны бренда: правовые средства, стратегии**

Установление правовой охраны бренда. Применение инструментария авторского права, патентного (промышленные образцы), прав на средства индивидуализации для обеспечения правовой охраны бренда. Регистрация товарного знака: выбор и предварительная проверка регистрируемого обозначения, определение классов МКТУ, составление и подача заявки, взаимодействие с Роспатентом. Основания отказа в регистрации товарного знака. Мадридская система регистрации товарных знаков. Ниццкое соглашение о международной классификации товаров и услуг. Внесение товарного знака в Таможенный реестр.

### **Тема 3. Стратегии и методы правовой защиты бренда в случае его использования иным лицом**

Нарушение прав на бренд путем использования его иным лицом. Порядок и способы защиты прав на бренд. Компенсация как мера ответственности за нарушение исключительного права на товарный знак. Выбор правообладателем способа расчета компенсации: какие обстоятельства необходимо учесть. Доказывание размера компенсации. Особенности защиты прав на общеизвестный товарный знак. Возражения лица, использовавшего чужой товарный знак против требований правообладателя («оборонительные стратегии» ответчика). Стратегии снижения ответчиком заявленной компенсации. Пародийные товарные знаки. Проблемы параллельного импорта. Механизмы защиты интересов обладателя бренда в отсутствии зарегистрированного товарного знака. Состав нарушения «passing off» в зарубежных правовых порядках.

### **Тема 4. Завладение «чужим брендом»: стратегии нападения и защиты**

Механизмы и стратегии оспаривания действительности правовой охраны чужого товарного знака. Прекращение правовой охраны товарного знака вследствие неиспользования. Заинтересованность в прекращении правовой охраны товарного знака. Уважительные причины неиспользования товарного знака. Использование товарного знака под контролем правообладателя.

## **Тема 5. Злоупотребление правами на товарный знак. Защита связанной с брендом деловой репутации (гудвилл).**

Злоупотребления правами на товарные знаки: состав, правовые средства борьбы с ними. «Паразитический» маркетинг: основные стратегии и методы борьбы. «Размывание» товарного знака (trade mark dilution): российский и зарубежный подход. Механизмы и стратегии защиты связанной с товарным знаком деловой репутации (гудвилл).

## **Тема 6. Недобросовестная конкуренция при использовании брендов.**

Недобросовестная конкуренция, связанная с созданием смешения. Недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и осуществлением исключительного права на бренд.

### **2.2.1. Занятия лекционного типа**

#### **Лекция № 1. Понятие бренда: экономический и правовой аспект. Защита брендов: общий обзор.**

1. Понятие бренда в экономическом и правовом смысле. Соотношение «бренда» с понятием «средства индивидуализации», «товарный знак»;
2. Функции брендов в современных экономических системах;
3. Общий обзор стратегий и методов обеспечений правовой охраны бренда, защиты его от посягательств иных лиц.

#### **Задания для подготовки к лекции:**

1. Ознакомиться с основной и дополнительной литературой по теме лекции, содержанием глав 69 и 76 ГК РФ.

### **2.2.2. Занятия семинарского типа**

#### **Тема. Установление правовой охраны бренда: правовые средства, стратегии**

1. Установление правовой охраны бренда;
2. Применение инструментария авторского права, патентного (промышленные образцы), прав на средства индивидуализации для обеспечения правовой охраны бренда.
3. Регистрация товарных знаков: национальная и международная процедуры. Основания отказа в регистрации товарного знака.
4. Внесение товарного знака в Таможенный реестр.

#### **Задания для подготовки к практическому занятию:**

1. Подготовить обзор судебной практики по теме «Основания отказа в регистрации товарного знака»  
Пояснение: В ст. 1483 ГК РФ обозначены основания для отказа в регистрации товарного знака. С данными нормами связаны судебные споры

об оспаривании актов Роспатента об отказе в регистрации ТЗ; признании зарегистрированных ТЗ недействительными. Необходимо к каждому из оснований, обозначенных в статье 1483 ГК РФ, подобрать судебную практику (ссылку на 2 дела Суда по интеллектуальным правам (за последние два года)).

2. Ознакомиться с основной и дополнительной литературой по теме семинара.

### **Тема. Стратегии и методы правовой защиты бренда в случае его использования иным лицом**

1. Нарушение исключительного права на товарный знак;
2. Способы защиты нарушенного исключительного права. Компенсация как мера ответственности;
3. Доказательства факта нарушения и размера компенсации;
4. Защита прав на общеизвестный товарный знак;
5. Возражения лица, использовавшего чужой товарный знак против требований правообладателя («оборонительные стратегии» ответчика);
6. Параллельный импорт.
7. Обсуждение стратегий защиты брендов на примере судебных споров (в различных государствах) крупных модных домов (спору Louboutin, Yves Saint Laurent, Dolce and Gabbana и др.) / производителей автомобилей (спору BMW, Ferrari, Mercedes Benz, Audi и др.) / производителей пищевых продуктов и спиртных напитков (спору компаний Coca – Cola, Hennessy, Heinz).

### **Задания для подготовки:**

1. Написать юридическое эссе по одной из тем:
  - Пародийные товарные знаки: незаконное использование чужого бренда или допустимая практика;
  - Механизмы защиты интересов обладателя бренда в отсутствие зарегистрированного товарного знака. Состав нарушения «passing off» в зарубежных правовых порядках.
2. Проанализировать стратегии защиты брендов крупными модными домами (спору Louboutin, Yves Saint Laurent, Dolce and Gabbana и др.) / производителей автомобилей (спору BMW, Ferrari, Mercedes Benz, Audi и др.) (на основе судебных споров, рассмотренных судами различных государств) / производителей пищевых продуктов и спиртных напитков (спору компаний Coca – Cola, Hennessy, Heinz).
3. Ознакомиться с основной и дополнительной литературой по теме семинара.
4. Решение задач (из приложения к данной методической программе)

### **Тема. Завладение «чужим брендом»: стратегии нападения и защиты**

1. Механизмы и стратегии оспаривания действительности правовой охраны чужого товарного знака;
2. Прекращение правовой охраны товарного знака вследствие неиспользования: стратегии истца и ответчика.

### **Задания для подготовки:**

1. Ознакомиться с литературой по теме занятия
2. Подготовить проект искового заявления о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака (в соответствии с предложенной преподавателем фабулой) и отзыва на данный иск.
3. Письменный реферат на тему: «Использование товарного знака под контролем правообладателя»
4. Проведение деловой игры по теме: «Досрочное прекращение правовой охраны товарного знака вследствие его неиспользования».

### **Тема. Злоупотребление правами на товарный знак. Защита связанной с брендом деловой репутации (гудвилл)**

1. Злоупотребления правами на товарные знаки: состав, правовые средства борьбы с ними;
2. Механизмы и стратегии защиты связанной с товарным знаком деловой репутации (гудвилл).

### **Задания для подготовки:**

1. Ознакомиться с литературой по теме занятия
  2. Написание юридического эссе на одну из предложенных тем:
    - «Размывание» товарного знака в российском и зарубежных правовых порядках: понятие, состав, стратегии защиты;
    - «Паразитический» маркетинг: основные стратегии и методы борьбы.
- Подготовиться к дискуссии по данным вопросам.

### **Тема. Недобросовестная конкуренция при использовании брендов**

1. Недобросовестная конкуренция, связанная с созданием смешения.
2. Недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации.

### **Задания для подготовки:**

1. Ознакомиться с литературой по теме занятия
2. Написание юридического эссе на одну из предложенных тем:
  - Проблемы защиты прав на фирменный стиль компании;
  - Злоупотребление правом на товарный знак и недобросовестная конкуренция при приобретении и использовании товарного знака: критерии разграничения двух правонарушений
3. Решение задач (из приложения к данному методическому пособию).

## **Лабораторный практикум.**

### **Тема 3. Стратегии и методы правовой защиты бренда в случае его использования иным лицом**

Нарушение прав на бренд путем использования его иным лицом. Порядок и способы защиты прав на бренд. Компенсация как мера

ответственности за нарушение исключительного права на товарный знак. Выбор правообладателем способа расчета компенсации: какие обстоятельства необходимо учесть. Доказывание размера компенсации. Особенности защиты прав на общеизвестный товарный знак. Возражения лица, использовавшего чужой товарный знак против требований правообладателя («оборонительные стратегии» ответчика). Стратегии снижения ответчиком заявленной компенсации. Пародийные товарные знаки. Проблемы параллельного импорта. Механизмы защиты интересов обладателя бренда в отсутствии зарегистрированного товарного знака. Состав нарушения «passing off» в зарубежных правовых порядках.

### **Методические рекомендации для подготовки к лабораторному практикуму.**

В ходе выполнения задания обучающийся должен проанализировать фактические обстоятельства, дать им юридическую оценку, правильно квалифицировать, определить правовые нормы, правильно их истолковать и юридически грамотно сформулировать решение вопроса. Обучающиеся обязаны в процессе подготовки к практическим занятиям решать задачи письменно в особой тетради. В письменном виде решение должно содержать краткое изложение фактических обстоятельств, их оценку, указание на нормы права, в соответствии с которыми решена задача. Пользуясь письменным текстом, обучающийся в своем выступлении на занятиях должен дать развернутое юридическое обоснование принятого решения. Решение задачи в виде ссылки только на норму права недопустимо.

### **2.2.3. Самостоятельная работа**

Самостоятельная работа обучающихся проводится в форме изучения основной и дополнительной литературы, нормативных правовых актов, судебной практики, деловой практики различных организаций.

Виды самостоятельной работы:

- поиск и изучение нормативных правовых актов, в том числе с использованием электронных правовых баз данных;
- поиск и изучение научной литературы, в том числе с использованием сети Интернет, и электронных библиотечных систем;
- поиск и изучение судебной практики по определенным вопросам,
- поиск и изучение деловой практики различных организаций;
- подготовка сообщений, докладов, презентаций;
- составление деловых документов (договоров, односторонних документов и пр.),
- выполнение письменных заданий (составление схем, таблиц, написание юридического эссе).

Модель (особенности) самостоятельной работы обучающихся по отдельным разделам и темам:

- изучение учебной, научной и практической юридической литературы по соответствующей теме;
- изучение нормативных правовых актов по соответствующей теме;
- анализ судебных актов по соответствующей теме;
- подготовка документов деловой практики (проектов договоров, исковых заявлений, отзывов на иск и др.);
- подготовка для обсуждения дискуссионных вопросов или выделение проблем;
- написание юридических эссе;
- изучение дополнительных тем, определяемых по согласованию с преподавателем (факультативно).

### III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО изучение дисциплины (модуля) «Защита брендов: стратегия, системы, методы» предусматривает использование активных и интерактивных форм обучения.

В числе активных и интерактивных форм – лекции-дискуссии, презентации, деловые игры, case study, работа в малых группах, дискуссии, индивидуальные задания, «займи позицию», «мозговой штурм».

Семестр/три местр	Вид занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество ак. часов
1	Лекции		
	Понятие бренда: экономический и правовой аспект. Защита брендов: общий обзор.	Лекция-дискуссия, презентация	1/1
	Практические занятия  1. Установление правовой охраны бренда: правовые средства, стратегии.  2. Стратегии и методы правовой защиты бренда в случае его	Презентация, творческое задание интерактивное занятие, обобщение судебной практики, работа в малых группах, case study, с использованием форм: дебаты, займи позицию, мозговой штурм  Интерактивное занятие, составление проекта документа, творческое задание, обобщение	1/0,6



использования иным лицом	судебной практики, работа в малых группах, case study с использованием форм: дебаты, займи позицию, мозговой штурм	2/1
3. Завладение «чужим брендом»: стратегии нападения и защиты	Интерактивное занятие, деловая игра, творческое задание, обобщение судебной практики, работа в малых группах, case study, творческое задание с использованием форм: дебаты, займи позицию, мозговой штурм	1/0,6
4. Злоупотребление правами на товарный знак. Защита связанной с брендом деловой репутации (гудвилл).	Обобщение судебной практики, работа в малых группах, case study, составление проекта документа, деловая игра	1/0,8
5. Недобросовестная конкуренция при использовании брендов.	Обобщение судебной практики, работа в малых группах, case study	1/0,5
ИТОГО		7/4,5

#### IV. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

**Вопросы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля), а также для контроля самостоятельной работы обучающегося по отдельным разделам дисциплины (модуля)**

1. Понятие бренда. Соотношение с понятиями «средства индивидуализации», «товарный знак»;
2. Функции брендов в современных экономических системах. Бренд как символ деловой репутации (гудвилл) компании;
3. Установление правовой охраны бренда;
4. Нарушения прав бренд: состав, проблемы доказывания;
5. Способы защиты прав на бренд;

6. Компенсация как мера ответственности за нарушение исключительного права на товарный знак;
7. Выбор правообладателем способа расчета компенсации: обстоятельства подлежащие учету. Основания для снижения рассчитанной компенсации;
8. Доказывание размера компенсации;
9. Особенности защиты прав на широко известный товарный знак;
10. Возражения лица, использовавшего чужой товарный знак против требований правообладателя («оборонительные стратегии» ответчика);
11. Параллельный импорт. Внесение товарного знака в таможенный реестр;
12. Механизмы защиты интересов обладателя бренда в отсутствии зарегистрированного товарного знака;
13. Завладение «чужим брендом»: стратегии нападения и защиты;
14. Оспаривание действительности правовой охраны чужого товарного знака;
15. Досрочное прекращение правовой охраны товарного знака;
16. Использование товарного знака под контролем правообладателя;
17. Злоупотребления правами на товарные знаки: состав, правовые средства борьбы с ними;
18. «Паразитический» маркетинг: основные стратегии и методы борьбы;
19. «Размывание» товарного знака (trade mark dilution): российский и зарубежный подход;
20. Механизмы и стратегии защиты связанной с товарным знаком деловой репутации (гудвилл).
21. Недобросовестная конкуренция, связанная с созданием смешения.
22. Недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и осуществлением исключительного права на бренд;
23. Проблемы защиты прав на фирменный стиль компании.

### **Темы эссе и рефератов**

1. Компенсация как мера ответственности за нарушение прав на товарный знак. Эффективны ли установленные в законе способы ее расчета?
2. Использование товарного знака под контролем правообладателя: проблемы правовой квалификации.
3. «Паразитический» маркетинг: основные стратегии и методы борьбы;
4. Проблемы и механизмы защиты фирменного стиля компании в России и зарубежом;
5. «Размывание» товарного знака (trademark dilution) в российском и зарубежных правовых порядках;
6. Пародийные товарные знаки: незаконное использование чужого бренда или допустимая практика;
7. Механизмы защиты интересов обладателя бренда в отсутствии зарегистрированного товарного знака. Состав нарушения «passing off» в зарубежных правовых порядках;
8. Легализация параллельного импорта: аргументы «за» и «против»;
9. Стратегии защиты брендов крупными модными домами (споры Louboutin, Yves Saint Laurent, Dolce and Gabbana и др.) / производителей

автомобилей (споры BMW, Ferrari, Mercedes Benz, Audi и др.) (на основе судебных споров, рассмотренных судами различных государств) / производителей пищевых продуктов и спиртных напитков (споры компаний Coca – Cola, Hennessy, Heinz).

## **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### **Международные соглашения:**

*Библиотека Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА) содержит все рекомендуемые нормативные акты, которые находятся в СПС «КонсультантПлюс» в читальном зале Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА).*

1. Конвенция, учреждающая Всемирную организацию интеллектуальной собственности (Заключена в г. Стокгольме 14.07.1967)(с изм. от 02.10.1979)

2. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности. (ТРИПС/TRIPS) (Заключено в г. Марракеше 15.04.1994).

3. Парижская конвенция по охране промышленной собственности (Заключена в г. Париже 20.03.1883) (с изм. от 02.10.1979).

4. Мадридское соглашение о международной регистрации знаков (Заключено в г. Мадриде 14.04.1891)(с изм. и доп. от 14.07.1967).

5. Мадридское соглашение о санкциях за ложные и неправильные обозначения происхождения изделий (Заключено в г. Мадриде 14.04.1891)(с изм. и доп. от 31.10.1958).

6. Ниццкое соглашение о Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков (Заключено в г. Ницце 15.06.1957) (с изм. от 28.09.1979).

7. Договор о регистрации товарных знаков (TRT) (Вместе с «Инструкцией к Договору...», «Таблицей пошлин») (Подписан в г. Вене 12.06.1973).

8. Инструкция к Сингапурскому договору о законах по товарным знакам (Принята в г. Сингапуре 27.03.2006 на Дипломатической конференции по принятию Пересмотренного договора о законах по товарным знакам).

### **Нормативно-правовые акты**

1. Конституция Российской Федерации (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ).

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (принят ГД ФС РФ 24.11.2006) (с доп. и изм).

### **Судебная практика**

#### **Акты высших судебных органов**

1. О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации.

Постановление Пленума Верховного Суда РФ № 5, Пленума ВАС РФ № 29 от 26.03.2009. – СПС КонсультантПлюс.

2. Обзор судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 23.09.2015)

3. Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 59 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с принятием Федерального закона от 08.12.2011 № 422-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с созданием в системе арбитражных судов Суда по интеллектуальным правам»».

4. Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 60 (ред. от 02.07.2013) «О некоторых вопросах, возникших в связи с созданием в системе арбитражных судов Суда по интеллектуальным правам».

5. Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 13.12.2007 N 122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности».

#### **Обобщение судебной практики Суда по интеллектуальным правам:**

1. Справка об анализе отмен Верховным Судом Российской Федерации судебных актов Суда по интеллектуальным правам за период с 01.06.2015 по 20.12.2015 (утв. Постановлением Президиума СИП от 14.01. 16 № СП-23/1)

2. Справка по вопросам, возникающим при применении положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 Гражданского кодекса Российской Федерации (на сайте Журнала Суда по интеллектуальным правам представлен ее Проект)

3. Справка по использованию товарного знака под контролем правообладателя (пункт 2 статьи 1486 Гражданского кодекса Российской Федерации) (утв. постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 7 августа 2015 года № СП-23/21);

4. Справка по результатам обобщения судебной практики по рассмотрению споров о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака в связи с его неиспользованием (утв. постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 24 июля 2015 года № СП-23/20);

5. Справка о некоторых вопросах, связанных с практикой рассмотрения Судом по интеллектуальным правам споров по серийным делам о нарушении исключительных прав (утв. постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 29.04.2015 № СП-23/29);

6. Справка о некоторых вопросах, возникающих при рассмотрении дел о привлечении лиц к административной ответственности, предусмотренной статьей 14.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (утв. постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 26 февраля 2015 года № СП-23/4);

7. Протокол № 11 Заседания рабочей группы Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам 3 июня 2015 года;

8. Протокол №5 заседания Научно-консультативного Совета при Суде по интеллектуальным правам от 5 сентября 2014 года;

9. Протокол № 12 заседания Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам 29 июня 2015 года.

### **Литература:**

#### **а) основная учебная и научная литература:**

1. Ворожевич А.С. Защита брендов: стратегии, системы, методы. [Электронный ресурс]: учеб. пособие для магистров / А. С. Ворожевич ; Моск. гос. юрид. ун-т им. О.Е. Кутафина (МГЮА). - М. : Проспект, 2017. - 144 с. – Режим доступа : [\\consultant\Consultant\cons.exe](http://consultant.cons.exe), локальная сеть МГЮА

2. Новоселова Л.А., Интеллектуальная собственность: некоторые аспекты правового регулирования [Электронный ресурс]: монография / Л. А. Новоселова, М. А. Рожкова ; Моск. гос. юрид. ун-т им. О.Е. Кутафина (МГЮА). - М. : НОРМА : ИНФРА-М, 2014. - 128 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog/product/448981>.

3. Права на товарный знак [Электронный ресурс]: монография / Л. А. Новоселова, М. А. Рожкова [и др.] ; ред. Л. А. Новоселова ; Моск. гос. юрид. ун-т им. О.Е. Кутафина (МГЮА). - М. : НОРМА-ИНФРА-М, 2019. - 144 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog/product/1002049>.

4. Правовые проблемы охраны и защиты средств индивидуализации: [Электронный ресурс] : сб. статей / Моск. гос. юрид. ун-т им. О.Е. Кутафина (МГЮА) ; ред. Л. А. Новоселова. - М. : НОРМА-ИНФРА-М, 2015. - 176 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog/product/496832>.

#### **дополнительная литература:**

1. Андрощук Г.А. Недобросовестность при регистрации товарных знаков: доктрина и практика // Журнал суда по интеллектуальным правам. – 2016. - № 11. – С. 100-104. – Режим доступа : СПС Гарант: [\\garant\GarantClient\garant.exe](http://garant.garantclient.garant.exe), локальная сеть университета.

2. Афанасьева Е.Г. Пародирование товарных знаков: "руки прочь от святынь" или "надо иметь чувство юмора"? // Предпринимательское право. - 2014. - № 2. – С. 38-45. – Режим доступа : СПС Консультант Плюс: [\\consultant\Consultant\cons.exe](http://consultant.cons.exe), локальная сеть университета.

3. Афанасьева Е.Г. Ответственность за нарушения исключительных прав на товарные знаки и иные средства индивидуализации // Предпринимательское право. - 2015. - № 2. – С. 52-59. – Режим доступа : СПС Консультант Плюс: [\\consultant\Consultant\cons.exe](http://consultant.cons.exe), локальная сеть университета.

4. Васильева Т.В. Категория обмана и ее значение в праве различительных обозначений (средств индивидуализации) по законодательству Великобритании // Журнал Суда по интеллектуальным правам. - № 15. – 2017. – С. 52-56. – Режим доступа : СПС Гарант: [\\garant\GarantClient\garant.exe](http://garant.garantclient.garant.exe), локальная сеть университета.

5. Гаврилов Д.А. Правовая защита от недобросовестной конкуренции в сфере исключительных прав на средства индивидуализации и иные объекты промышленной собственности : монография / Д. А. Гаврилов ; Моск. гос. юрид. ун-т им. О.Е. Кутафина (МГЮА). - М. : НОРМА: ИНФРА-М, 2014. - 192 с. - ISBN 978-5-91768-490-1. – Режим доступа : <https://new.znaniyum.com/read?id=6671>, локальная сеть университета.

6. Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений) : науч.-практ. пособие / М. А. Рожкова, М. Е. Глазкова [и др.] ; под общ. ред. М. А. Рожковой. - М. : Статут, 2015. - 270 с. - ISBN 978-5-8354-1149-8. – Режим доступа : <https://new.znaniyum.com/read?id=191740>, локальная сеть университета.

## **VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **6.1. Обеспечение образовательного процесса иными библиотечно-информационными ресурсами и средствами обеспечения образовательного процесса**

Обучающимся обеспечивается доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам. Полнотекстовая рабочая программа учебной дисциплины (модуля) размещена в Цифровой научно-образовательной и социальной сети Университета (далее - ЦНОСС), в системе которой функционируют «Электронные личные кабинеты обучающегося и научно-педагогического работника». Доступ к материалам возможен через введение индивидуального пароля. ЦНОСС предназначена для создания личностно-ориентированной информационно-коммуникационной среды, обеспечивающей информационное взаимодействие всех участников образовательного процесса Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА), в том числе предоставление им общедоступной и персонализированной справочной, научной, образовательной, социальной информации посредством сервисов, функционирующих на основе прикладных информационных систем Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА).

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). Помимо электронных библиотек Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА), он обеспечен индивидуальным неограниченным доступом ко всем удаленным электронно-библиотечным системам, базам данных и справочно-правовым системам, подключенным в Университете имени О.Е. Кутафина (МГЮА) на основании лицензионных договоров, и имеющие

адаптированные версии сайтов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность одновременного доступа 100 процентов обучающихся из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА), так и вне ее. В случае отсутствия издания в электронно-библиотечной системе (электронной библиотеки), библиотечный фонд Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА) укомплектован печатными изданиями не менее 50 экземпляров каждого из изданий обязательной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, и не менее 25 экземпляров дополнительной литературы на 100 обучающихся.

## **6.2. Помещения для самостоятельной работы обучающихся**

Помещения для самостоятельной работы обучающихся располагаются по адресу: Москва, ул. Садовая-Кудринская, д.9, стр. 1. Они оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА) и включают в себя:

1. Электронный читальный зал на 135 посадочных мест:

стол студенческий двухместный – 42 шт.,

стол студенческий трехместный – 10 шт.,

кресло для индивидуальной работы – 3 шт.,

стул – 135 шт.,

компьютер студенческий 50 МАС АВ – 76 шт. (компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечивает доступ в электронную информационно-образовательную среду),

проектор с моторизованным лифтом Epson EB-1880 – 1 шт.,

экран Projecta с электронным приводом – 1 шт.

2. Электронный читальный зал располагается на первом этаже, предназначенного для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, рабочие места в читальном зале оборудованы современными эргономичными моноблоками с качественными экранами, а также аудио гарнитурами.

Комплекс средств:

рабочее место с увеличенным пространством – 2 шт.,

наушники «накладного» типа – 1 компл.,

лупа ручная для чтения 90mmx13.5mm – 1 шт.,

линза Френеля в виниловой рамке 300\*190 – 1 шт.

3. Читальные залы на 93 посадочных мест:

стол студенческий двухместный – 24 шт.,

стол студенческий трехместный – 2 шт.,  
 кресло для индивидуальной работы – 7 шт.,  
 стул – 93 шт.,  
 компьютер студенческий 50 MAC AB – 11 шт.

**4. Абонемент научной литературы на 4 посадочных мест:**

стол студенческий одноместный – 4 шт.,  
 компьютер студенческий 50 MAC AB – 4 шт.,  
 стул – 4 шт.

Библиотечный фонд Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА) укомплектован печатными и (или) электронными изданиями основной учебной и научной литературы по дисциплинам общенаучного и профессионального циклов. У обучающихся есть доступ к библиотечным ресурсам (основная учебная и научная литература) в электронной форме.

Фонд дополнительной литературы, помимо учебной, включает официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания. У обучающихся есть доступ к библиотечным ресурсам (дополнительная литература) в электронной форме.

Фонд электронных ресурсов Библиотеки включает следующие справочно-правовые системы, базы данных и электронные библиотечные системы:

**6.3. Библиотечно-информационные ресурсы и средства обеспечения образовательного процесса:**

**6.3.1. Справочно-правовые системы:**

1.	ИС «Континент»	сторонняя	<a href="http://continent-online.com">http://continent-online.com</a>	ООО «Агентство правовой интеграции «КОНТИНЕНТ», договоры: - № 18032020 от 20.03.2018 г. с 20.03.2018 г. по 19.03.2019 г.; - № 19012120 от 20.03.2019 г. с 20.03.2019 г. по 19.03.2020 г.; - № 20040220 от 02. 03. 2020 г. С 20.03.2020 г. по 19.03.2021 г. - №21021512 от 16.03.2021 г. с 16.03.2021 г. по 15.03.2022 г.
2.	СПС Westlaw	сторонняя	<a href="https://uk.westlaw.com">https://uk.westlaw.com</a>	Филиал Акционерного



	Academics			общества «Томсон Рейтер (Маркетс) Юроп СА», договоры: - № 2TR/2019 от 24.12.2018 г. с 01.01.2019 г. по 31.12.2019 г.; - №RU03358/19 от 11.12.2019 г., с 01.01.2020 г. по 31.12.2020 г.  № ЭБ-6/2021 от 06.11.2020 г. с 01.01.2021 г. по 31.12.2021 г.
3.	КонсультантПлюс	сторонняя	<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>	Открытая лицензия для образовательных организаций
4.	Гарант	сторонняя	<a href="https://www.garant.ru">https://www.garant.ru</a>	Открытая лицензия для образовательных организаций

### 6.3.2. Профессиональные базы данных:

1.	Web of Science	сторонняя	<a href="https://apps.webofknowledge.com">https://apps.webofknowledge.com</a>	ФГБУ «Государственная публичная научно-техническая библиотека России»: - sublicензионный договор № WOS/668 от 02.04.2018 г.; - sublicензионный договор № WOS/349 от 05.09.2019 г.; ФГБУ «Российский фонд фундаментальных исследований» (РФФИ), сублицензионный договор № 20-1566-06235 от 22.09.2020 г.
2.	Scopus	сторонняя	<a href="https://www.scopus.com">https://www.scopus.com</a>	ФГБУ «Государственная публичная научно-техническая библиотека России»: - sublicензионный

				договор № SCOPUS/668 от 09 января 2018 г.; - сублицензионный договор № SCOPUS/349 от 09 октября 2019 г.; ФГБУ «Российский фонд фундаментальных исследований» (РФФИ), сублицензионный договор № 20-1573-06235 от 22.09.2020 г.
3.	Коллекции полнотекстовых электронных книг информационного ресурса EBSCOHost БД eBook Collection	сторонняя	<a href="http://web.a.ebscohost.com">http://web.a.ebscohost.com</a>	ООО «ЦНИ НЭИКОН», договор № 03731110819000006 от 18.06.2019 г. бессрочно
4.	<a href="#">Национальная электронная библиотека</a> (НЭБ)	сторонняя	<a href="https://rusneb.ru">https://rusneb.ru</a>	ФГБУ «Российская государственная библиотека», договор № 101/НЭБ/4615 от 01.08.2018 г. с 01.08.2018 по 31.07.2023 г. (безвозмездный)
5.	Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина	сторонняя	<a href="https://www.prilib.ru">https://www.prilib.ru</a>	ФГБУ «Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина, Соглашение о сотрудничестве № 23 от 24.12.2010 г., бессрочно
6.	НЭБ eLIBRARY.RU	сторонняя	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>	ООО «РУНЕБ», договоры: - № SU-13-03/2019-1 от 27.03.2019 г. с 01.04.2019 г. по 31.03.2020 г.; - № ЭР-1/2020 от 17.04.2020 г. с 17.04.2020 г. по 16.04.2021 г.

				- № ЭР-2/2021 от 25.03.2021 г. с 25.03.2021 г. по 24.03.2022 г.
7.	Legal Source	сторонняя	<a href="http://web.a.ebscohost.com">http://web.a.ebscohost.com</a>	ООО «ЦНИ НЭИКОН», договор № 414-EBSCO/2020 от 29.11.2019 г., с 01.01.2020 г. по 31.12.2020 г. № ЭБ-5/2021 от 02.11.2020 г. с 01.01.2021 г. по 31.12.2021 г.
8.	ЛитРес: Библиотека	сторонняя	<a href="http://biblio.litres.ru">http://biblio.litres.ru</a>	ООО «ЛитРес», договор № 290120/Б-1-76 от 12.03.2020 г. с 12.03.2020 г. по 11.03.2021 г. - № 160221/Б-1-157 от 12.03.2021 г. с 12.03.2021 г. по 11.03.2022 г.

### 6.3.3. Электронно-библиотечные системы:

1.	ЭБС ZNANIUM.COM	сторонняя	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>	ООО «Научно-издательский центр ЗНАНИУМ», договоры: - № 3489 эбс от 14.12.2018 г. с 01.01.2019 г. по 31.12.2019 г.; - № 3/2019 эбс от 29.11.2019 г. с 01.01.2020 г. по 31.12.2020 г. № 3/2021 эбс от 02.11.2020 г. с 01.01.2021 г. по 31.12.2021 г.
2.	ЭБС Book.ru	сторонняя	<a href="http://book.ru">http://book.ru</a>	ООО «КноРус медиа», договоры: - № 18494735 от 17.12.2018 г. с 01.01.2019 г. по 31.12.2019 г.; - № ЭБ-2/2019 от 29.11.2019 г. с 01.01.2020 г. по

				31.12.2020 г. №ЭБ-4/2021 от 02.11.2020 г. с 01.01.2021 г. по 31.12.2021 г.
3.	ЭБС Проспект	сторонняя	<a href="http://ebs.prospekt.org">http://ebs.prospekt.org</a>	ООО «Проспект», договоры: -№ ЭБ-1/2019 от 03.07.2019 г. с 03.07.2019 г. по 02.07.2020 г.; - № ЭБ-2/2020 от 03.07.2020 г. с 03.07.2020 г. по 02.07.2021 г. - № ЭР-3/2021 от 21.06.2021 С 02.07.2021 г. по 01.07.2022 г.
4.	ЭБС Юрайт	сторонняя	<a href="http://www.biblio-online.ru">http://www.biblio-online.ru</a>	ООО «Электронное издательство Юрайт», договоры: -№ ЭБ-1/2019 от 01.04.2019 г. с 01.04.2019 г. по 31.03.2020 г.; - № ЭБ-1/2020 от 01.04.2020 г. с 01.04.2020 г. по 31.03.2021 г. - № ЭР-1/2021 от 23.03.2021 г. с 03.04.2021 г. по 02.04.2022 г.

Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА) обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

#### **6.4. Перечень программного обеспечения (ПО), установленного на компьютерах, задействованных в образовательном процессе по учебной дисциплине (модулю)**

Все аудитории, задействованные в образовательном процессе по реализации учебной дисциплины (модуля), оснащены следующим ПО:

№	Описание ПО	Наименование ПО, программная среда, СУБД	Вид лицензирования
---	-------------	--	--------------------

ПО, устанавливаемое на рабочую станцию			
1.	Операционная система	Windows 7	Лицензия
		Windows 10	Лицензия
		По договорам: № 32009118468 от 01.06.2020 г. № 31907826970 от 27.05.2019 г. № 31806485253 от 20.06.2018 г. №31705236597 от 28.07.2017 г. №31604279221 от 12.12.2016 г.	
	Антивирусная защита	Kaspersky Workspace Security	Лицензия
		По договорам: № 31907848213 от 03.06.2019 г. № 31806590686 от 14.06.2018 №31705098445 от 30.05.2017 № 31603346516 от 21.03.2016	
	Офисные пакеты	Microsoft Office	Лицензия
		По договорам: № 32009118468 от 01.06.2020 г. № 31907826970 от 27.05. 2019 г. № 31806485253 от 21.06.2018 г. №31705236597 от 28.07.2017 г. №31604279221 от 12.12.2016 г.	
	Архиваторы	7-Zip	Открытая лицензия
		WinRar	Открытая лицензия
	Интернет браузер	Google Chrome	Открытая лицензия
	Программа для просмотра файлов PDF	Adobe Acrobat reader	Открытая лицензия
		Foxit Reader	Открытая лицензия
	Программа для просмотра файлов DJVU	DjVu viewer	Открытая лицензия
	Пакет кодеков	K-Lite Codec Pack	Открытая лицензия
	Видеоплеер	Windows Media Player	В комплекте с ОС
		vlc pleer	Открытая лицензия
		flashpleer	Открытая лицензия
	Аудиоплеер	Winamp	Открытая лицензия
11.	Справочно- правовые системы ( СПС)	Консультант плюс	Открытая лицензия
		Гарант	Открытая лицензия

Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА) располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным нормам и правилам.