

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

*Кафедра конкурентного права*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ОТ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ  
КОНКУРЕНЦИИ И РЕКЛАМЫ**

**Б1.В.03**

**год набора – 2022**

<b>Код и наименование направления подготовки:</b>	40.04.01 Юриспруденция
<b>Уровень высшего образования:</b>	магистратура
<b>Направленность (профиль) ОПОП ВО:</b>	Конкурентное (антимонопольное) право
<b>Форма (формы) обучения:</b>	очная, очно-заочная, заочная
<b>Квалификация:</b>	магистр

Москва – 2022

Программа утверждена на заседании кафедры конкурентного права, протокол № 6 от «18» марта 2022 года.

Авторы:

Д.А. Гаврилов – кандидат юридических наук, доцент кафедры конкурентного права Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА);

Т.Е. Никитина – преподаватель кафедры конкурентного права Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА).

Рецензент:

Склярова Я.В. – заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России.

Д.А. Гаврилов, Т.Е. Никитина

Проблемы защиты от недобросовестной конкуренции и рекламы: рабочая программа дисциплины (модуля) / Д.А. Гаврилов, Т.Е. Никитина — М.: Издательский центр Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА), 2022.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

©Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА), 2022.

# **I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

## **I.1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

Целью освоения дисциплины (модуля) «Проблемы защиты от недобросовестной конкуренции и рекламы» является на основе изучения научной литературы, международно-правовых актов, конкурентного (анти-монопольного) законодательства, судебной практики, связанной с применением конкурентного (антимонопольного) законодательства:

- формирование знаний обучающихся в области выявления и пресечения недобросовестной конкуренции как одного из важнейших правовых институтов конкурентного права, а также по вопросам правового регулирования рекламы, квалификации рекламы исходя из ее признаков, правовых требований, предъявляемых к рекламе, в том числе во взаимосвязи с выявлением и пресечением ненадлежащей рекламы;

- формирование навыков применения норм конкурентного права в части выявления и пресечения недобросовестной конкуренции и законодательства о рекламе в практической деятельности.

Задачами освоения дисциплины (модуля) являются:

- изучение предпосылок возникновения правового института защиты от недобросовестной конкуренции;

- формирование представлений о законодательстве о защите от недобросовестной конкуренции в зарубежных странах и Российской Федерации и его сопоставлении с законодательством о рекламе, о защите прав потребителей и об интеллектуальной собственности;

- осознание сущности недобросовестной конкуренции и ее соотношения с монополистической деятельностью и злоупотреблением правом;

- уяснение понятия недобросовестной конкуренции, ее существенных признаков и подходов к классификации;

- уяснение понятия и признаков рекламы, отграничения рекламы от иной публичной информации;

- уяснение понятия субъектов рекламной деятельности, их правового статуса;

- изучение видов недобросовестной конкуренции, связанной с использованием информации, в том числе способов их совершения и подходов к доказыванию;

- изучение специальных видов недобросовестной конкуренции, связанной с использованием символики спортивных мероприятий;

- изучение общих требований, предъявляемых к рекламе любых товаров;

- изучение специальных требований, предъявляемых к рекламе отдельных видов товаров и к рекламе, распространяемой определенными способами; знание способов правовой защиты от недобросовестной конкуренции в гражданско-правовом и административном порядке;

- формирование представлений о видах юридической ответственности

за недобросовестную конкуренции и ненадлежащую рекламу и основаниях ее наступления.

## **1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина (модуль) относится к Части, формируемой участниками образовательных отношений основной профессиональной образовательной программы высшего образования.

Освоение дисциплины дает возможность расширения и углубления знаний, полученных на предшествующем этапе обучения, приобретения умений и навыков, определяемых содержанием программы. Компетенции, которые формируются в процессе освоения дисциплины, необходимы для успешной профессиональной деятельности. Обучающиеся приобретают способность самостоятельно находить и использовать необходимые содержательно-логические связи с другими дисциплинами программы, такими как «Злоупотребление доминирующим положением», «Особенности антимонопольного регулирования в отдельных отраслях экономики», «Антимонопольные требования к органам власти и торгам» и другими.

## **1.3. Формируемые компетенции и индикаторы их достижения (планируемые результаты освоения дисциплины (модуля))**

По итогам освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен обладать следующими компетенциями в соответствии с ФГОС ВО:

Профессиональные компетенции:

ПК-2 Способен применять нормативные правовые акты в соответствующих сферах профессиональной деятельности, реализовывать нормы материального и процессуального права.

ПК-3 Способен давать юридические консультации и заключения в различных сферах юридической деятельности.

ПК-4 Способен оказывать юридическую помощь гражданам, организациям, иным субъектам в конкретных сферах юридической деятельности.

ПК-7 Способен выявлять риски нарушения требований антимонопольного законодательства Российской Федерации.

<b>Разделы (темы) дисциплины (модуля)</b>	<b>Код и наименование формируемых компетенций</b>	<b>Индикатор достижения компетенций (планируемый результат освоения дисциплины (модуля))</b>
Возникновение и развитие правового института защиты от недобросовестной конкуренции в зарубежных странах и	ПК-2 Способен применять нормативные правовые акты в соответствующих сферах профессиональной дея-	ИПК 2.1 Знает правовые принципы и действующие нормативные правовые акты с учетом специфики отдельных отраслей права ИПК 2.2 Понимает особенности различных форм реализации права

России	тельности, реализовывать нормы материального и процессуального права.	ИПК 2.3 Устанавливает фактические обстоятельства, имеющие юридическое значение ИПК 2.4 Определяет характер правоотношения и подлежащие применению нормы материального и процессуального права ИПК 2.5 Принимает обоснованные юридические решения и оформляет их в точном соответствии с нормами материального и процессуального права
Понятие и признаки недобросовестной конкуренции, подходы к классификации	ПК-2 Способен применять нормативные правовые акты в соответствующих сферах профессиональной деятельности, реализовывать нормы материального и процессуального права.	ИПК 2.1 Знает правовые принципы и действующие нормативные правовые акты с учетом специфики отдельных отраслей права ИПК 2.2 Понимает особенности различных форм реализации права ИПК 2.3 Устанавливает фактические обстоятельства, имеющие юридическое значение ИПК 2.4 Определяет характер правоотношения и подлежащие применению нормы материального и процессуального права ИПК 2.5 Принимает обоснованные юридические решения и оформляет их в точном соответствии с нормами материального и процессуального права
Недобросовестная конкуренция, связанная с использованием информации	ПК-3 Способен давать юридические консультации и заключения в различных сферах юридической деятельности.	ИПК 3.1 Выявляет и формулирует наличие правовой проблемы ИПК 3.2 Знает и применяет правила оформления правового заключения и письменной консультации ИПК 3.3 Вырабатывает различные варианты решения конкретных задач на основе норм права и полученных аналитических данных
Недобросовестная конкуренция в сфере интеллектуальной собственности	ПК-3 Способен давать юридические консультации и заключения в различных сферах юридической деятельности.	ИПК 3.1 Выявляет и формулирует наличие правовой проблемы ИПК 3.2 Знает и применяет правила оформления правового заключения и письменной консультации ИПК 3.3 Вырабатывает различные варианты решения конкретных задач на основе норм права и полученных аналитических данных

Недобросовестная конкуренция в иных формах	ПК-3 Способен давать юридические консультации и заключения в различных сферах юридической деятельности.	ИПК 3.1 Выявляет и формулирует наличие правовой проблемы ИПК 3.2 Знает и применяет правила оформления правового заключения и письменной консультации ИПК 3.3 Вырабатывает различные варианты решения конкретных задач на основе норм права и полученных аналитических данных
Правовая защита и ответственность за недобросовестную конкуренцию	ПК-4 Способен оказывать юридическую помощь гражданам, организациям, иным субъектам в конкретных сферах юридической деятельности.	ИПК 4.1 Определяет цель обращения за правовой помощью, устанавливает юридически значимые обстоятельства по делу ИПК 4.2 Определяет возможные способы решения правовой проблемы, разрабатывает план их реализации, выделяет их преимущества и недостатки ИПК 4.3 Знает и соблюдает правила эффективной коммуникации при оказании правовой помощи и юридических услуг
Предмет, метод, принципы и источники правового регулирования рекламной деятельности	ПК-2 Способен применять нормативные правовые акты в соответствующих сферах профессиональной деятельности, реализовывать нормы материального и процессуального права.	ИПК 2.1 Знает правовые принципы и действующие нормативные правовые акты с учетом специфики отдельных отраслей права ИПК 2.2 Понимает особенности различных форм реализации права ИПК 2.3 Устанавливает фактические обстоятельства, имеющие юридическое значение ИПК 2.4 Определяет характер правоотношения и подлежащие применению нормы материального и процессуального права ИПК 2.5 Принимает обоснованные юридические решения и оформляет их в точном соответствии с нормами материального и процессуального права
Понятие и признаки рекламы. Отграничение рекламы от иной публичной информации.	ПК-2 Способен применять нормативные правовые акты в соответствующих сферах профессиональной деятельности, реализовывать нормы материального и	ИПК 2.1 Знает правовые принципы и действующие нормативные правовые акты с учетом специфики отдельных отраслей права ИПК 2.2 Понимает особенности различных форм реализации права ИПК 2.3 Устанавливает фактические обстоятельства, имеющие юридическое значение

	процессуального права.	ИПК 2.4 Определяет характер правоотношения и подлежащие применению нормы материального и процессуального права ИПК 2.5 Принимает обоснованные юридические решения и оформляет их в точном соответствии с нормами материального и процессуального права
Требования, предъявляемые к рекламе.	ПК-2 Способен применять нормативные правовые акты в соответствующих сферах профессиональной деятельности, реализовывать нормы материального и процессуального права.	ИПК 2.1 Знает правовые принципы и действующие нормативные правовые акты с учетом специфики отдельных отраслей права ИПК 2.2 Понимает особенности различных форм реализации права ИПК 2.3 Устанавливает фактические обстоятельства, имеющие юридическое значение ИПК 2.4 Определяет характер правоотношения и подлежащие применению нормы материального и процессуального права ИПК 2.5 Принимает обоснованные юридические решения и оформляет их в точном соответствии с нормами материального и процессуального права
Ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Разграничение ответственности между субъектами рекламной деятельности.	ПК-7 Способен выявлять риски нарушения требований антимонопольного законодательства Российской Федерации.	ИПК 7.1 Знает антимонопольное законодательство Российской Федерации ИПК 7.2 Анализирует состояние конкуренции на товарных рынках ИПК 7.3 Анализирует правоприменительную, в том числе судебную практику, связанную с оспариванием предупреждений, решений и предписаний антимонопольных органов ИПК 7.4 Способен подготовить рекомендации по снижению рисков нарушения требований антимонопольного законодательства Российской Федерации

В результате освоения дисциплины (модуля) «Проблемы защиты от недобросовестной конкуренции и рекламы» обучающийся должен:

**Знать:** правовой институт защиты от недобросовестной конкуренции,

защиты от ненадлежащей рекламы;

**Уметь:** применять, анализировать антимонопольное законодательство в части содержащихся в нем норм о недобросовестной конкуренции и ее пресечении, законодательство о рекламе, в том числе требования, предъявляемые к рекламе, анализировать и использовать сложившуюся правоприменительную, в том числе судебную практику; развивать познавательные интересы, интеллектуальные и творческие способности путем освоения и использования антимонопольного законодательства и законодательства о рекламе в практической и научной деятельности;

**Владеть:** использованием правовых механизмов защиты от недобросовестной конкуренции, ненадлежащей рекламы; навыками применения норм антимонопольного законодательства в части содержащихся в нем норм о недобросовестной конкуренции и ее пресечении, осуществления эффективной правовой защиты от недобросовестной конкуренции в гражданско-правовом и административном порядке; навыками применения норм законодательства о рекламе, пресечения распространения ненадлежащей рекламы.

## II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины (модуля) «Проблемы защиты от недобросовестной конкуренции и рекламы» составляет 4 з.е., 144 академических часа. Форма промежуточной аттестации – зачет, экзамен.

### 2.1. Тематические планы

#### 2.1.1 Тематический план для очной формы обучения

№	Раздел (тема) дисциплины (модуля)	семестр/три мест	Виды образовательной деятельности, и трудоемкость (в академических часах)				Технология образовательного процесса	Формы текущего контроля успеваемости
			лекции	пр. занятия	ЛП	СР		
1.	Возникновение и развитие правового института защиты от недобросовестной конкуренции в зарубежных странах и России	1	2	1		15	Дискуссия, индивидуальные задания.	Опрос, тестирование
2.	Понятие и признаки недобросовестной конкуренции, подходы к классификации	1		1		15	Обсуждение вопросов темы. «Мозговой штурм», дис-	Опрос, тестирование



							куссия.	
3.	Недобросовестная конкуренция, связанная с использованием информации	1		2		16	Работа в малых группах, дискуссия, ролевая игра.	Оценка решения практических задач
4.	Недобросовестная конкуренция в сфере интеллектуальной собственности	1		2		16	Case-study, «мозговой штурм».	Опрос, тестирование
5	Недобросовестная конкуренция в иных формах	1		1		4	Обсуждение вопросов темы. Решение задач.	Самостоятельная работа, тестирование
6	Правовая защита и ответственность за недобросовестную конкуренцию	1		1		4	Обсуждение вопросов темы. Решение задач.	Коллоквиум. Промежуточное тестирование
<b>Всего за семестр:</b>			<b>2</b>	<b>8</b>		<b>70</b>	<b>Зачет</b>	
7	Предмет, метод, принципы и источники правового регулирования рекламной деятельности	2	2			4	Дискуссия, индивидуальные задания.	Опрос, тестирование
8	Понятие и признаки рекламы. Отграничение рекламы от иной публичной информации.	2		2		4	Обсуждение вопросов темы. «Мозговой штурм», дискуссия.	Опрос, тестирование
9	Требования, предъявляемые к рекламе.	2		2	2	4	Обсуждение вопросов темы. «Мозговой штурм», дискуссия.	Опрос, тестирование
10	Ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Разграничение ответственности между субъектами рекламной деятельности.	2		2		4	«Мозговой штурм», дискуссия, индивидуальные задания (кейс-задания).	Опрос, тестирование
<b>Всего за семестр</b>			<b>2</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>16</b>	<b>Экзамен</b>	

<b>ВСЕГО:</b>		<b>4</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>86</b>		<b>Зачет, экзамен – 36 ак.ч.</b>
---------------	--	----------	-----------	----------	-----------	--	----------------------------------

### 2.1.2 Тематический план для очно-заочной формы обучения

№	Раздел (тема) дисциплины (модуля)	семестр/ три мест Р	Виды образовательной деятельности, и трудоемкость (в академических часах)				Технология образовательного процесса	Формы текущего контроля успеваемости
			лекции	пр. занятия	ЛП	СР		
1.	Возникновение и развитие правового института защиты от недобросовестной конкуренции в зарубежных странах и России	1	2	1		15	Дискуссия, индивидуальные задания.	Опрос, тестирование
2.	Понятие и признаки недобросовестной конкуренции, подходы к классификации	1		1		15	Обсуждение вопросов темы. «Мозговой штурм», дискуссия.	Опрос, тестирование
3.	Недобросовестная конкуренция, связанная с использованием информации	1		1		12	Работа в малых группах, дискуссия, ролевая игра.	Оценка решения практических задач
4.	Недобросовестная конкуренция в сфере интеллектуальной собственности	1		1		14	Case-study, «мозговой штурм».	Опрос, тестирование
5	Недобросовестная конкуренция в иных формах	1		1		4	Обсуждение вопросов темы. Решение задач.	Самостоятельная работа, тестирование
6	Правовая защита и ответственность за недобросовестную конкуренцию	1		1		4	Обсуждение вопросов темы. Решение задач.	Коллоквиум. Промежуточное тестирование
<b>Всего за семестр:</b>			<b>2</b>	<b>6</b>		<b>64</b>	<b>Зачет</b>	
7	Предмет, метод, принципы и источники правового регу-	2	2			4	Дискуссия, индивидуальные задания.	Опрос, тестирование

	лирования рекламной деятельности							
8	Понятие и признаки рекламы. Отграничение рекламы от иной публичной информации.	2		2		10	Обсуждение вопросов темы. «Мозговой штурм», дискуссия.	Опрос, тестирование
9	Требования, предъявляемые к рекламе.	2		2	2	8	Обсуждение вопросов темы. «Мозговой штурм», дискуссия.	Опрос, тестирование
10	Ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Разграничение ответственности между субъектами рекламной деятельности.	2		2		4	«Мозговой штурм», дискуссия, индивидуальные задания (кейс-задания).	Опрос, тестирование
<b>Всего за семестр</b>			<b>2</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>26</b>	<b>Экзамен</b>	
<b>ВСЕГО:</b>			<b>4</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>90</b>		<b>Зачет, экзамен – 36 ак.ч.</b>

### 2.1.3 Тематический план для заочной формы обучения

№	Раздел (тема) дисциплины (модуля)	семестр/ три мест р	Виды образовательной деятельности, и трудоемкость (в академических часах)				Технология образовательного процесса	Формы текущего контроля успеваемости
			лекции	пр. занятия	ЛП	СР		
1.	Возникновение и развитие правового института защиты от недобросовестной конкуренции в зарубежных странах и России	1	2	1		15	Дискуссия, индивидуальные задания.	Опрос, тестирование
2.	Понятие и признаки недобросовестной конкуренции, подходы к классификации	1		1		15	Обсуждение вопросов темы. «Мозговой штурм», дис-	Опрос, тестирование

							куссия.	
3.	Недобросовестная конкуренция, связанная с использованием информации	1		1		16	Работа в малых группах, дискуссия, ролевая игра.	Оценка решения практических задач
4.	Недобросовестная конкуренция в сфере интеллектуальной собственности	1		1		16	Case-study, «мозговой штурм».	Опрос, тестирование
5	Недобросовестная конкуренция в иных формах	1		1		4	Обсуждение вопросов темы. Решение задач.	Самостоятельная работа, тестирование
6	Правовая защита и ответственность за недобросовестную конкуренцию	1		1		4	Обсуждение вопросов темы. Решение задач.	Коллоквиум. Промежуточное тестирование
<b>Всего за семестр:</b>			<b>2</b>	<b>6</b>		<b>70</b>	<b>Зачет</b>	
7	Предмет, метод, принципы и источники правового регулирования рекламной деятельности	2	2			10	Дискуссия, индивидуальные задания.	Опрос, тестирование
8	Понятие и признаки рекламы. Отграничение рекламы от иной публичной информации.	2		2		15	Обсуждение вопросов темы. «Мозговой штурм», дискуссия.	Опрос, тестирование
9	Требования, предъявляемые к рекламе.	2		1	2	10	Обсуждение вопросов темы. «Мозговой штурм», дискуссия.	Опрос, тестирование
10	Ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Разграничение ответственности между субъектами рекламной деятельности.	2		1		10	«Мозговой штурм», дискуссия, индивидуальные задания (кейс-задания).	Опрос, тестирование
<b>Всего за семестр</b>			<b>2</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>45</b>	<b>Экзамен</b>	

<b>ВСЕГО:</b>		<b>4</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>115</b>		<b>Зачет, экзамен – 36 ак.ч.</b>
---------------	--	----------	-----------	----------	------------	--	----------------------------------

## 2.2. Занятия лекционного типа

Тема лекции	Содержание (основные вопросы) лекции
Возникновение и развитие правового института защиты от недобросовестной конкуренции в зарубежных странах и России, понятие и признаки недобросовестной конкуренции, подходы к классификации, недобросовестная конкуренция, связанная с использованием информации.	Предпосылки возникновения правового института недобросовестной конкуренции в зарубежном правовом порядке. Правовое регулирование пресечения недобросовестной конкуренции в зарубежных странах и России. Подходы к определению сущности недобросовестной конкуренции: недобросовестная конкуренция и злоупотребление правом, монополистическая деятельность. Подходы к классификации недобросовестной конкуренции. Виды недобросовестной конкуренции, связанной с использованием информации и способы их доказывания. Виды недобросовестной конкуренции в сфере интеллектуальной собственности и способы их доказывания.
Предмет, метод, принципы и источники правового регулирования рекламной деятельности. Понятие и признаки рекламы.	Предмет правового регулирования законодательства о рекламе. Метод правового регулирования рекламной деятельности. История правового регулирования отношений в сфере рекламы в России. Понятие и классификация источников правового регулирования рекламной деятельности. Сфера действия законодательства РФ о рекламе. Понятие рекламы. Признаки рекламной информации. Отграничение рекламы от иной публичной информации.

### Задания для подготовки к лекциям:

Ознакомиться с программой, в которой содержатся указания на необходимые нормативные правовые акты, судебную практику, а также список литературы по теме лекции.

## 2.3. Занятия семинарского типа

Практические занятия проводятся путем закрепления теоретических вопросов, рассмотренных на лекциях, с целью будущего возможного приме-

нения этих знаний в практической работе. Планы практических (семинарских) занятий являются базовыми (минимальными). Преподаватель может увеличить количество вопросов по каждой теме. Он вправе также поручить обучающимся подготовку рефератов, докладов, устраивать диспуты для более подробного освещения какой-либо проблемы.

**Практическое занятие 1 «Возникновение и развитие правового института защиты от недобросовестной конкуренции в зарубежных странах и в России. Понятие и признаки недобросовестной конкуренции, подходы к классификации» (темы 1-2 тематического плана)**

**Вопросы для подготовки:**

1. Предпосылки возникновения правового института недобросовестной конкуренции в зарубежном правовом порядке.
2. Роль Парижской конвенции по охране промышленной собственности в формировании правового института защиты от недобросовестной конкуренции
3. Правовое регулирование пресечения недобросовестной конкуренции в зарубежных странах: Закон о противодействии недобросовестной конкуренции Германии, Директивы Евросоюза, законодательство о защите от недобросовестной конкуренции государств-членов Евразийского экономического союза.
4. Особенности формирования отечественного законодательства о защите от недобросовестной конкуренции, его соотношение с законодательством о рекламе, о защите прав потребителей, об охране интеллектуальной собственности.
5. Подходы к определению сущности недобросовестной конкуренции: недобросовестная конкуренция и злоупотребление правом, недобросовестная конкуренция как правонарушение.
6. Сходства и различия недобросовестной конкуренции и монополистической деятельности.
7. Структура легального определения недобросовестной конкуренции и его признаки.
8. Классификация актов недобросовестной конкуренции.

**Практическое занятие 2 «Недобросовестная конкуренция, связанная с использованием информации»**

**Вопросы для подготовки:**

1. Дискредитация хозяйствующего субъекта-конкурента: основные признаки, подходы к доказыванию.
2. Введение в заблуждение в отношении производимого товара, а также его производителя: основные признаки, подходы к доказыванию.
3. Некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами: основные признаки, подходы к доказыванию.

4. Незаконное использование информации, составляющей коммерческую тайну: основные признаки, подходы к доказыванию.

### **Практическое занятие 3 «Недобросовестная конкуренция в сфере интеллектуальной собственности»**

#### **Вопросы для подготовки:**

1. Роль правового института защиты от недобросовестной конкуренции целей пресечения нарушений исключительных прав
2. Действия, способные создать смешение, как вид недобросовестной конкуренции: особенности и практика пресечения
3. Действия по использованию известности средства индивидуализации другого хозяйствующего субъекта (паразитарная конкуренция): особенности и практика пресечения;
4. Недобросовестная конкуренция в сети «Интернет»: виды, особенности и практика пресечения
5. Приобретение и использование исключительных прав как акт недобросовестной конкуренции: особенности и практика пресечения;
6. Незаконное использование результатов интеллектуальной деятельности как акт недобросовестной конкуренции: особенности и практика пресечения.

### **Практическое занятие 4 «Недобросовестная конкуренция в иных формах. Правовая защита и ответственность за недобросовестную конкуренцию» (темы 5-6 тематического плана)**

#### **Вопросы для подготовки:**

1. Пределы применения запрета на недобросовестную конкуренцию.
2. Дезорганизация как вид недобросовестной конкуренции.
3. Понятие и критерии определения демпинга и возможность его квалификации как акта недобросовестной конкуренции.
4. Перспективы развития законодательства о защите от недобросовестной конкуренции.
5. Субъекты правовой защиты от недобросовестной конкуренции.
6. Административный порядок правовой защиты от недобросовестной конкуренции: особенности, стадии расследования.
7. Судебный порядок правовой защиты от недобросовестной конкуренции: особенности, соотношение с административным порядком правовой защиты.
8. Административная ответственность за недобросовестную конкуренцию: санкции, порядок привлечения к ответственности.
9. Гражданско-правовая ответственность за недобросовестную конкуренцию.

### **Практическое занятие 5 «Понятие рекламы и субъекты рекламной деятельности»**

### **Вопросы для подготовки:**

1. Значение и роль рекламы в современной экономике.
2. Понятие рекламы.
3. Признаки рекламы.
4. Отграничение рекламы от иной информации публичного характера, в том числе обязательной к распространению информации, социальной рекламы, политической рекламы.
5. Понятие спонсорской рекламы и особенности правового статуса спонсора.
6. Понятие и виды субъектов рекламной деятельности.
7. Рекламодатель и особенности его правового статуса.
8. Рекламопроизводитель и особенности его правового статуса.
9. Рекламораспространитель и особенности его правового статуса.
10. Иные участники общественных отношений в сфере рекламы.
11. Антимонопольный орган как участник отношений в сфере рекламы.

### **Практическое занятие 6 «Требования, предъявляемые к рекламе»**

#### **Вопросы для подготовки:**

1. Классификация требований, предъявляемых к рекламе.
2. Общие требования, предъявляемые к рекламе.
3. Недобросовестная реклама и ее основные формы.
4. Достоверность сведений, размещаемых в рекламе.
5. Требования этики в рекламе.
6. Товары, реклама которых не допускается.
7. Требования к рекламе отдельных видов товаров.
8. Требования к рекламе, распространяемой определенными способами.

#### **Лабораторный практикум**

Фабула задачи: В ходе мониторинга соблюдения законодательства о рекламе Тульское УФАС России выявило размещение в ежедневной газете «Всё для Вас» от 01.10.2023 № 270 на второй странице рекламы вина «Элегия». В рекламном макете присутствовало изображение бутылки вина «Элегия», на заднем фоне изображение пары – мужчины и женщины – сидящих за празднично накрытым столом с наполненными бокалами в руках, сохранилось выражение «Вино «Элегия» сделает каждый Ваш день праздником», а также присутствовала надпись «Чрезмерное потребление алкогольной продукции вредит Вашему здоровью».

Как выяснило Тульское УФАС России, вино «Элегия», крепостью 12% об., произведено небольшой винодельческой компанией, расположенной в Краснодарском крае, однако не из своих виноматериалов, а из виноматериалов, закупаемых в Республике Дагестан.

Кроме того, было установлено, что газета «Всё для Вас» находилась в широкой продаже неделю – до 08.10.2023, в отдельных киосках – до 30.10.2023. При этом реализовывалась газета, в том числе в магазинах и ки-



осках, расположенных рядом с театром, библиотекой и общеобразовательной школой.

Вопросы для обсуждения:

1. Есть ли признаки нарушения законодательства в рекламе вина «Элегия»?
2. Когда истекает срок давности привлечения к ответственности за нарушение законодательства о рекламе?
3. Какое решение следует принять Тульскому УФАС России?

Методические рекомендации для подготовки к лабораторному практикуму.

Для решения задачи обучающийся должен проанализировать фактические обстоятельства, дать им юридическую оценку, квалифицировать, определить правовые нормы, подлежащие применению, правильно их истолковать и юридически грамотно сформулировать решение казуса.

Обучающемуся следует рассмотреть связанные с содержанием задачи теоретические положения, рассмотренные на предшествующих лабораторному практикуму занятиях. Обучающийся должен научиться тесно увязывать теорию права с практикой применения законодательства о рекламе и таким путем полнее и глубже осознать цели и задачи правового регулирования отношений по производству, размещению и распространению рекламы.

При подготовке к практическому занятию в форме лабораторного практикума обучающиеся обязаны решить задачу письменно. В письменном виде решение должно содержать краткое изложение фактических обстоятельств, их оценку, указание на нормы права, в соответствии с которыми решена задача. Конечный вывод по задаче может быть сформулирован в виде резолютивной части решения комиссии антимонопольного органа. Пользуясь письменным текстом, обучающийся в своем выступлении на занятиях должен дать развернутое юридическое обоснование принятого решения. Решение задачи в форме ссылки только на норму права недопустимо.

## **Практическое занятие 7 «Ответственность за нарушение законодательства о рекламе»**

Вопросы для подготовки:

1. Общая характеристика юридической ответственности за нарушение законодательства о рекламе.
2. Основания юридической ответственности за нарушение законодательства о рекламе.
3. Дифференциация ответственности рекламоателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя за нарушение законодательства о рекламе.
4. Порядок пресечения антимонопольным органом нарушения законодательства о рекламе и привлечения виновных лиц к ответственности.
5. Гражданско-правовая ответственность, наступающая при нарушении законодательства о рекламе.

## **Краткие рекомендации для подготовки к практическим занятиям для всех форм обучения.**

Каждая тема практического занятия содержит вопросы для подготовки.

Начинать подготовку к занятию следует с внимательного изучения текста лекции, методических указаний, соответствующего раздела учебника и специальной литературы, включая тематические журналы. Следует проанализировать нормативные правовые акты, разъяснения уполномоченных государственных органов, административную и судебную практику по теме. Для более глубокого усвоения основ конкурентного права как науки, развития навыков юридического мышления необходимо изучение классических монографий.

### **2.4. Самостоятельная работа**

Виды заданий для самостоятельной работы по всем разделам для всех форм обучения:

1. Подготовка проекта заявления о нарушении антимонопольного законодательства;

2. Подготовить «комплаенс» программу (рекомендации) для хозяйствующего субъекта в целях недопущения совершения актов недобросовестной конкуренции и правовой защиты от возможных нарушений со стороны других лиц;

3. Подготовка проектов решения и предписания антимонопольного органа по делу о недобросовестной конкуренции

4. Составить таблицу, в которой отразить ключевые правовые позиции высших судов и арбитражных судов кассационной инстанции по делам о недобросовестной конкуренции.

5. Составить сравнительную характеристику преимуществ и недостатков административного и гражданско-правового способов правовой защиты от недобросовестной конкуренции

6. Подготовка эссе на тему «Отграничение рекламы от иной публичной информации» или на иную тему, предложенную преподавателем.

7. Подготовка проектов решения и предписания антимонопольного органа по делу по признакам нарушения законодательства о рекламе.

8. Анализ примеров реальных рекламных сообщений на предмет соответствия общим и специальным требованиям к рекламе.

9. Подготовка обзора судебных решений по делам о нарушении законодательства о рекламе.

## **III. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

На последнем семинаре каждого модуля проводится контрольная проверка уровня знаний обучающихся по результатам освоения модуля. Форму контроля выбирает преподаватель, используя оценочные материалы, разработанные к настоящей рабочей программе дисциплины (модуля). Таблицы модулей ежегодно утверждаются на заседании кафедры.

### **а) Тестирование**

Недобросовестная конкуренция – это:

- а) Вид монополистической деятельности;
- б) Акт конкуренции, противоречащий действующему законодательству;
- в) Акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах.

Признаками недобросовестной конкуренции являются:

- а) Противоправность деяния;
- б) Противоречие действий требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;
- в) Оба из перечисленных в 1) и 2)

Совершение недобросовестной конкуренции направлено на:

- 1) Получение преимуществ в предпринимательской деятельности;
- 2) Ограничение, недопущение или устранение конкуренции;
- 3) Ущемление интересов отдельных лиц – потребителей.

К недобросовестной конкуренции в сфере интеллектуальной собственности относятся следующие действия:

- 1) Нарушение подрядчиком обязательств перед заказчиком по договору строительного подряда;
- 2) Размещение издательством литературного произведения автора в сети Интернет без разрешения правообладателя;
- 3) Заключение между продавцом и покупателем соглашения об установлении для покупателя фиксированной цены перепродажи товара;
- 4) Приобретение и использование хозяйствующим субъектом исключительных прав на товарный знак, который ранее использовался конкурентом в качестве средства индивидуализации взаимозаменяемых товаров.

К недобросовестной конкуренции относятся следующие действия:

- 1) Соглашение между хозяйствующим субъектом и органом государственной власти – заказчиком о предоставлении такому хозяйствующему субъекту преимущественных условий для участия в торгах;
- 2) Заключение хозяйствующими субъектами-конкурентами соглашения о поддержании цен на торгах;
- 3) Сравнение хозяйствующим субъектом производимых товаров с товарами конкурентов, которое носит оценочный характер без указания критериев сопоставления и с использованием слов в превосходной степени.

К рекламе относится:

- 1) Информация для продвижения объекта рекламирования на рынке;
- 2) Политическая реклама;
- 3) Платное объявление физического лица;
- 4) Вывеска с наименованием магазина на здании магазина.

Законодательство о рекламе относится к ведению:

- 1) Российской Федерации;

- 2) Субъектов Российской Федерации;
- 3) Совместному ведению Федерации и субъектов Федерации.

Реклама, в которой содержатся не соответствующие действительности сведения, является:

- 1) Недобросовестной рекламой;
- 2) Недостоверной рекламой;
- 3) Непристойной рекламой;
- 4) Неэтичной рекламой.

Лицо, определившее объект рекламирования, является:

- 1) Рекламодателем;
- 2) Рекламопроизводителем;
- 3) Рекламораспространителем;
- 4) Потребителем рекламы.

## **б) Практические задачи**

### *Задача № 1*

В антимонопольный орган обратилось ООО «Кэм» (далее – Заявитель) о недобросовестной конкуренции со стороны Компании «EastWest Limited» (Великобритания).

По мнению Заявителя нарушение выразилось в размещении на упаковках бытовой техники и посуды, произведенной по заказу Компании слов «100% инновация», «не имеет аналогов».

### *Вопросы*

- 1) Являются ли действия Компании недобросовестной конкуренцией?
- 2) Что следует установить для применения требований пункта 2 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции?
- 3) Применяется ли Закон о защите конкуренции к иностранным хозяйствующим субъектам?
- 4) Какое решение должен принять антимонопольный орган по результатам рассмотрения заявления?

### *Задача № 2*

В антимонопольный орган обратилось ООО «Конкорд» с заявлением о недобросовестной конкуренции со стороны ООО «Крона».

По мнению Заявителя нарушение выразилось в неоднократных обращениях ООО «Крона» в с заявлениями в различные органы государственной власти о нарушении ООО «Конкорд» требований законодательства при осуществлении деятельности по розничной продаже продовольственных товаров. Данные заявления ООО «Крона» признавались необоснованными, вместе с тем проверки, проведенные органами государственной власти по указанным заявлениям в отношении ООО «Конкорд», повлекли существенные временные затраты на подготовку документов и сведений по требованию проверяющих лиц.

### *Вопросы:*

- 1) Может ли факт подачи хозяйствующим субъектом заявления в орган государственной власти рассматриваться в качестве недобросовестной кон-

курении?

2) Являются ли действия ООО «Крона» недобросовестной конкуренцией?

3) Влияет ли на разрешение дела факт придания публичной огласки проведения проверки ООО «Конкорд»?

#### *Задача № 3*

В антимонопольный орган обратилось ООО «Ладога» (далее – заявитель) о недобросовестной конкуренции со стороны ЗАО «Мал» (далее – общество).

Заявитель указал, что форма бутылок, а также графическо-композиционное и цветовое оформление этикеток производимых Обществом безалкогольных напитков «Русский премиум» имеют явные признаки имитации товарных знаков, принадлежащих Заявителю, используемых в качестве средства индивидуализации производимых им взаимозаменяемых товаров «Русский вкус», и, следовательно, действия Общества направлены на создание смещения на товарном рынке.

Возражая, Общество указало, что с 2004 года обладает исключительными правами на объект авторского права – дизайн этикеток и бутылок «Русский премиум», переданных по договору автором Петровым П.П.

#### *Вопросы:*

1) Какие доказательства могут подтвердить наличие недобросовестной конкуренции?

2) Какое решение должен принять антимонопольный орган?

#### *Задача № 4*

В антимонопольный орган поступило заявление ООО «Ветер», ООО «Вода», ООО «Парус» (далее – заявители) о недобросовестной конкуренции со стороны ООО «Сид» (далее – общество).

Заявители указали, что на протяжении 10 лет осуществляли равно как и общество поставку на территорию Российской Федерации бытовой техники «Байрон», производимой Компанией «Кем Ким» (КНР). Вместе с тем, в 2013 году общество приобрело исключительные права на товарный знак «Байрон» для бытовой техники и обратилось к заявителям с указанием на необходимость заключения лицензионного договора.

#### *Вопросы:*

1) Какие доказательства могут подтвердить наличие недобросовестной конкуренции?

2) Какое решение должен принять антимонопольный орган?

#### **в) темы эссе:**

1. Недобросовестная конкуренция и монополистическая деятельность.
2. Понятие и признаки недобросовестной конкуренции.
3. Правовые позиции Конституционного суда РФ и Высшего арбитражного суда РФ по делам о недобросовестной конкуренции.
4. Роль правового механизма защиты от недобросовестной конкуренции для целей правовой охраны объектов интеллектуальной собственности.

сти

5. Недобросовестная реклама как вид недобросовестной конкуренции.
6. Смещение как вид недобросовестной конкуренции.
7. Законодательство о недобросовестной конкуренции государств-членов Евразийского экономического союза
8. Административный и судебный порядок правовой защиты от недобросовестной конкуренции
9. Недобросовестная конкуренция с использованием символики публичных мероприятий: особенности правового регулирования в Российской Федерации
10. Паразитарная конкуренция
11. Источники правового регулирования рекламной деятельности.
12. Понятие и признаки рекламы.
13. Объект рекламирования и его характеристика.
14. Правовое регулирование социальной рекламы.
15. Субъекты рекламной деятельности.
16. Развитие саморегулирования в сфере рекламы.
17. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
18. Полномочия антимонопольного органа по выявлению и пресечению нарушения законодательства о рекламе.

**г) темы коллоквиумов:**

1. Понятие и признаки недобросовестной конкуренции.
2. Особенности доказывания недобросовестной конкуренции, связанной с использованием информации.
3. Особенности доказывания недобросовестной конкуренции в сфере интеллектуальной собственности
4. Административный и судебный порядок правовой защиты от недобросовестной конкуренции.
5. Вопросы соблюдения норм морали и нравственности в рекламе.
6. Требования по защите прав и интересов несовершеннолетних в рекламе.
7. Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров.

**д) контрольные вопросы к экзамену:**

1. Зарождение и генезис законодательства о недобросовестной конкуренции
2. Понятие недобросовестной конкуренции
3. Признаки недобросовестной конкуренции
4. Недобросовестная конкуренция и монополистическая деятельность
5. Недобросовестная конкуренция и злоупотребление правом
6. Последствия недобросовестной конкуренции
7. Законодательство о пресечении недобросовестной конкуренции
8. Законодательство о недобросовестной конкуренции государств-членов Евразийского экономического союза

9. Недобросовестная конкуренция и злоупотребление правом
10. Дискредитация как форма недобросовестной конкуренции
11. Введение в заблуждение как акт недобросовестной конкуренции
12. Некорректное сравнение как акт недобросовестной конкуренции
13. Недобросовестная реклама как акт недобросовестной конкуренции
14. Действия, способные создать смешение как акт недобросовестной конкуренции;
15. Недобросовестная конкуренция в сети «Интернет»
16. Незаконное использование информации, составляющей коммерческую тайну, как акт недобросовестной конкуренции;
17. Паразитарная конкуренция: особенности пресечения
18. Незаконное использование результатов интеллектуальной деятельности как акт недобросовестной конкуренции;
19. Приобретение и использование исключительных прав на средства индивидуализации как акт недобросовестной конкуренции;
20. Недобросовестная конкуренция с использованием олимпийской символики
21. Способы правовой защиты от недобросовестной конкуренции;
22. Административный порядок правовой защиты от недобросовестной конкуренции;
23. Судебный порядок правовой защиты от недобросовестной конкуренции;
24. Юридическая ответственность за недобросовестную конкуренцию;
25. Административная ответственность за недобросовестную конкуренцию
26. Гражданско-правовая ответственность за недобросовестную конкуренцию.
27. Понятие и признаки рекламы.
28. Объект рекламирования и его характеристика.
29. Критерии отграничения рекламы от иной публичной информации.
30. История развития законодательства о рекламе в России.
31. Понятие и характеристика источников правового регулирования рекламной деятельности.
32. Рекламодатель как субъект рекламной деятельности. Особенности его правового статуса.
33. Рекламопроизводитель как субъект рекламной деятельности. Особенности его правового статуса.
34. Рекламораспространитель как субъект рекламной деятельности. Особенности его правового статуса.
35. Потребители рекламы, общественные объединения потребителей, органы саморегулирования рекламы, как участники отношений в сфере рекламы.
36. Классификация общих требований, предъявляемых к рекламе.
37. Недобросовестная реклама и ее основные формы.
38. Недостоверная реклама – основные требования к содержанию

информации в рекламе.

39. Требования о соблюдении норм морали и нравственности в рекламе.

40. Язык, на котором распространяется реклама. Порядок использования в рекламе иностранных слов и выражений.

41. Защита прав и интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы.

42. Порядок распространения социальной рекламы.

43. Товары, реклама которых не допускается.

44. Развитие саморегулирования в сфере рекламы.

45. Полномочия антимонопольного органа в сфере контроля за соблюдением законодательства о рекламе.

46. Порядок рассмотрения антимонопольным органом дел по признакам нарушения законодательства о рекламе.

47. Акты, принимаемые антимонопольным органом по итогам рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства о рекламе.

48. Публичное опровержение недостоверной рекламы (контрреклама).

49. Общая характеристика юридической ответственности за нарушение законодательства о рекламе.

50. Дифференциация административной ответственности рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя за нарушение законодательства о рекламе.

51. Административная ответственность за неисполнение предписания антимонопольного органа о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

52. Обжалование решений антимонопольного органа о выявлении и пресечении нарушений законодательства о рекламе, привлечении к административной ответственности.

## **IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### **Основная литература**

1. Гаврилов Д.А. «Правовая защита от недобросовестной конкуренции в сфере исключительных прав на средства индивидуализации и иные объекты промышленной собственности». – М.: Изд-во «Норма», 2014. – 192 с.

2. Недобросовестная конкуренция в сфере интеллектуальной собственности / Д.А. Гаврилов, Д.И. Серегин // Конкурентное право: учебник / под.ред. С.А. Пузыревского. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2015. – Гл.7, пар.3. – С. 212-218.

3. Недобросовестная конкуренция в сфере интеллектуальной собственности / Д.А. Гаврилов // Антиконтурентные соглашения и недобросовестная конкуренция: учебное пособие / под.ред. С.А. Пузыревского. –



Москва: Проспект, 2016. – Гл. 8. – С. 169-210.

4. Научно-практический комментарий к Федеральному закону "О защите конкуренции" (постатейный) / К.Н. Алешин, И.Ю. Артемьев, Е.А. Большаков и др.; отв. ред. И.Ю. Артемьев. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Статут, 2016. 1024 с.

5. Конкурентное право [Электронный ресурс]: учебник / Д. А. Гаврилов, С. А. Пузыревский, Д. И. Серегин ; отв. ред. С. А. Пузыревский. — М. : Норма : ИНФРА-М, 2019. - 416 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1020432> (01.04.2019).

6. Право интеллектуальной собственности: учебник / под. ред. Л.А. Новоселовой. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 302 с.

7. Правовое регулирование рекламной деятельности: курс лекций / Отв. Редактор С.А.Пузыревский. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2014.

### Дополнительная литература

1. Право интеллектуальной собственности: учебник / Е.В. Бадулина, Д.А. Гаврилов, Е.С. Гринь и др.; под общ. ред. Л.А. Новоселовой. М.: Статут, 2017. Т. 1: Общие положения. 512 с.

2. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» / Д.С. Бадалов, И.И. Василенкова – М.: Статут, 2012.

3. Борзило Е.Ю. Пределы осуществления гражданских прав хозяйствующими субъектами, занимающими доминирующее положение: понятие, виды и последствия превышения (сравнительный анализ права России, США и Франции): Дис. канд. юрид. наук. М., 2005.

4. Варламова А.Н. Правовое обеспечение развития конкуренции: учебное пособие. М.: Статут, 2010.

5. Варламова А.Н. Правовое содействие развитию конкуренции: Дис. докт. юрид. наук. М., 2008.

6. Гаврилов Д.А. Недобросовестная конкуренция. Подходы к толкованию и перспективы развития правового регулирования // Конкурентное право. 2011. №1

7. Гаврилов Д.А. Параллельный импорт: сравнение зарубежной и российской практики // Конкуренция и право. 2012. № 6

8. Грибанов В.П. Осуществление и защита гражданских прав. Изд. 2-е, стереотип. – М.: «Статут», 2001.

9. Дианов В., Егорушкин А., Хохлов Е. Комментарий к «третьему антимонопольному пакету». – М.: Статут, 2012.

10. Еременко В.И. Конкурентное право Российской Федерации. М., 2001.

11. Еременко В.И. Правовое регулирование конкурентных правоотношений в России и за рубежом. Дисс. докт. юр. наук. М, 2001.

12. Еременко В.И. Антимонопольное регулирование в области торговой деятельности // Конкурентное право. 2011. № 2.

13. Жидков О.А. Антитрестовское законодательство в буржуазных

странах: Дис. докт. юрид. наук. М., 1972.

14. Князева И. В. Антимонопольная политика в России. М., 2009.
15. Конкурентное право: теория и практика применения: учебник для магистров : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по юридическим направлениям и специальностям / Д. А. Петров; под общ. ред. В. Ф. Попондопуло. - Москва : Юрайт, 2013.
16. Конкуренция и антимонопольное регулирование: Учебное пособие для вузов/ С.Б. Авдашева, В.А.Аронин, И.К. Ахполов и др.; Под ред. А.Г. Цыганова. – М.: Логос, 1999.
17. Паращук С.А. Конкурентное право (правовое регулирование конкуренции и монополии). М., 2002. – М.: Городец, 2002.
18. Паращук С.А. Недобросовестная конкуренция: содержание и правовые средства ее пресечения. Дисс. канд. юр. наук. М., 1995.
19. Петров Д.А. Антимонопольное законодательство: теория и практика применения. СПб.: Нестор-История, 2012.
20. Петров Д.А. Коммерческая политика как объект антимонопольного контроля // Конкурентное право. 2012. № 2.
21. Писенко К.А., Цинделиани И.А., Бадмаев Б.Г. Правовое регулирование конкуренции и монополии в Российской Федерации: курс лекций / под ред. С.В. Запольского. М.: Российская академия правосудия, Статут, 2010.
22. Писенко К.А. О законодательных проблемах противодействия монополистической деятельности, связанной с использованием объектов исключительных прав // Конкурентное право. №1. 2012.
23. Предпринимательское право Российской Федерации / Отв. ред Е.П. Губин, П.Г. Лахно. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2011.
24. Пузыревский С.А. Некоторые вопросы применения административной ответственности за нарушение антимонопольного законодательства (статья). Хозяйство и право. № 5. 2011.
25. Пузыревский С.А. Развитие антимонопольного законодательства // Хозяйство и право. 2009г. № 11.
26. Пузыревский С.А. Дисквалификация – один из видов административного наказания за нарушение антимонопольного законодательства (статья). Конкуренция и рынок. № 2. 2011.
27. Пузыревский С.А. Изменения в регулировании административной ответственности за нарушение антимонопольного законодательства в связи с принятием «третьего антимонопольного пакета» (статья). Хозяйство и право. № 5. 2012.
28. Пузыревский С.А. Новые инструменты антимонопольного регулирования (о предостережении и предупреждении) (статья). Конкуренция и право. № 2. 2012.
29. Серегин. Д.И. Недобросовестная конкуренция как правовая категория: Дисс. канд. юр. наук. М., 2002.
30. Тотьев К.Ю. Конкурентное право (правовое регулирование деятельности субъектов конкуренции и монополий): учебник для вузов. - М.,

2003.

31. Хохлов Д. В. Конкурентное право: здесь и сейчас. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2009.

### **Нормативные правовые акты (в действующей редакции) и судебная практика**

1. Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20.03.1883 // Ведомости Верховного совета СССР. 1968. № 40.

2. Закон США о товарных знаках. - М.: Всероссийский научно-исследовательский институт патентной информации, 1995.

3. Найробский договор об охране олимпийского символа от 26.09.1981 // Документ опубликован не был.

4. Соглашение о сотрудничестве государств-участников СНГ в сфере регулирования рекламной деятельности. Заключено в г. Москве 19.12.2003.

5. Закон СССР «О товарных знаках и знаках обслуживания» от 03.07.1991 №2293-1 // «Ведомости СНД и ВС СССР», 1991, № 30, ст. 864.

6. Договор о функционировании Европейского Союза // Документ опубликован не был.

7. Конституция Российской Федерации, принятая всенародным голосованием 12.12.1993 // Российская газета. 1993. №237.

8. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая. От 30.11.1994 №51-ФЗ. // Собрание законодательства Российской Федерации, 1994. № 32.

9. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая. От 26.01.1996 №14-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации, 1996. №5.

10. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть третья. От 26.11.2001 №146-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации, 2001. №49.

11. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая. От 18.12.2006 №239-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 52 (1 ч.), ст. 5496.

12. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 №195-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации, 2002. № 1, ч. 1, ст. 1.

13. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации // Собрание законодательства Российской Федерации, 2002. № 30. Ст. 3012.

14. Закон Российской Федерации «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 22.03.01 №948-1 // Ведомости Съезда народных депутатов и Верховного Совета РСФСР. 1991. № 16.

15. Закон Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 23.09.1992 №

3520-1 // Ведомости Съезда народных депутатов и Верховного Совета РСФСР, 1992. № 42.

16. Федеральный закон от 29.07.2004 № 98-ФЗ «О коммерческой тайне» // Собрание законодательства Российской Федерации, 2004, №32, ст. 3283.

17. Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» // Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 31 (1 ч.), ст. 3434.

18. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

19. Федеральный закон от 01.12.2007 № 310-ФЗ «Об организации и о проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 03.12.2007, № 49, ст. 6071.

20. Федеральный закон от 23.05.2009 № 98-ФЗ «О ратификации Сингапурского договора о законах по товарным знакам» // Собрание законодательства Российской Федерации, 2009, № 21, ст. 2497.

21. Федеральный закон от 12.04.2010 №61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» // Собрание законодательства Российской Федерации, 2010, №16, ст. 1815.

22. Федеральный закон от 29.12.2010 N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

23. Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».

24. Федеральный закон от 01.12.2007 № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях».

25. Федеральный закон от 29.12.2010 N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

26. Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».

27. Федеральный закон от 01.12.2007 № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях».

28. Федеральный закон от 18.07.2011 № 216-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Гражданского кодекса Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 2011, №30 (ч.1), ст. 4364.

29. Федеральный закон от 06.12.2011 №401-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции и отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 2011, №50, ст. 7343.

30. Договор об учреждении Евразийского экономического сообщества // Собрание законодательства Российской Федерации, 2012, №7, ст. 632

31. Соглашение о единых принципах и правилах конкуренции от 09.12.2010 // Собрание законодательства Российской Федерации, 2012, № 5, ст. 545.

32. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности // Собрание законодательства Российской Федерации, 2012, № 37 (приложение, ч. V), ст. 2336 – 2369.

33. Федеральный закон от 07.06.2013 №108-ФЗ «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, № 23 ст. 2866.

34. Постановление Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе».

35. Приказ Роспатента от 05.03.2003 №32 «Об утверждении Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания» // «Российская газета», №63, 03.04.2003.

36. Приказ Роспатента от 31.12.2009 №197 «Об утверждении Методических рекомендаций по проверке заявленных обозначений на тождество и сходство» // Документ опубликован не был.

37. Приказ ФАС России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 02.08.2010 N 18026) // «Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти», №34, 23.08.2010.

38. Приказ ФАС России от 23.11.2012 № 711/12 «Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе».

39. Российский кодекс практики рекламы и маркетинговых коммуникаций, 2012.

40. Постановление Конституционного Суда РФ от 4 марта 1997 г. № 4-П по делу о проверке конституционности статьи 3 Федерального закона от 18 июля 1995 года «О рекламе».

41. Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе».

### **Информационные сайты по вопросам конкурентного права, базы данных**

1. Правовые информационные системы «Консультант плюс» и «Гарант».

2. Официальный сайт ФАС России в сети Интернет по адресу: <http://www.fas.gov.ru> (в особенности разделы «Нормативно-правовые акты», «Разъяснения», «Аналитические материалы», «База решений»).

3. Банк решений арбитражных судов в сети Интернет по адресу: <http://ras.arbitr.ru/>

## **V. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### **5.1. 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 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.

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

#### **5.1.1. 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 20.03.2021 г. по 19.03.2022 г. - № 22021712 от 09.03.2022 г. с 20.03.2022 г. по 19.03.2023 г.; - № 23020811 от 06.03.2023 г. с 20.03.2023 г. по 19.03.2024 г.
2.	СПС West-law Asademics	сторонняя	<a href="https://uk.west-law.com">https://uk.west-law.com</a>	Филиал Акционерного 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.; - № ЭР-5/2022 от 27.10.2021 г., период доступа с 01.01.2022 г. по 31.12.2022 г.; - № 32211783551 от 16.11.2022 г. с 01.01.2023 г. по 31.12.2023 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

### 5.1.2. Профессиональные базы данных:

1.	Коллекции полнотекстовых электронных книг информационного ресурса EBSCOHost БД eBook Collection	сторонняя	<a href="http://web.a.ebsco-host.com">http://web.a.ebsco-host.com</a>	ООО «ЦНИ НЭИКОН», договор № 03731110819000006 от 18.06.2019 г. бессрочно
2.	Национальная	сторонняя	<a href="https://rusneb.ru">https://rusneb.ru</a>	ФГБУ «Российская государственная библиотека»,

	электронная библиотека (НЭБ)			договор № 101/НЭБ/4615 от 01.08.2018 г. с 01.08.2018 по 31.07.2023г. (безвозмездный)
3.	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
4.	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 25.2021 г. по 24.03.2022 г.; - № ЭР-3/2022 от 04.03.2022 г. с 09.03.2022 г. по 09.03.2023 г.; - № SU-1494/2023 от 22.03.2023 г. с 27.03.2023 г. по 26.03.2024 г.
5.	Legal Source	сторонняя	<a href="http://web.a.ebscohost.com">http://web.a.ebscohost.com</a>	ООО «ЦНИ НЭИКОН», договоры: - № 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.; - № ЭР-2/2022 от 01.10.2021 г., с 01.01.2022 г. по 31.12.2022 г.; - № 414- EBSCO/23 от 21.10.2022 г. с 01.01.2023 г. по 31.12.2023 г.
6.	ЛитРес: Библиотека	сторонняя	<a href="http://biblio.litres.ru">http://biblio.litres.ru</a>	ООО «ЛитРес», договоры: - № 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.; - № ЭР-6/2022 от 18.03.2022 г. с 18.03.2022 г. по 17.03.2023 г.; - № 130223/Б-1-136 от 02.03.2023 г. с 18.03.2023 г. по 17.03.2024 г.

### 5.1.3. Электронно-библиотечные системы:

1.	ЭБС ZNANIUM.COM	сторонняя	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>	ООО «Научно-издательский центр ЗНАНИУМ», договоры: - № 3489 бс от 14.12.2018 г. с 01.01.2019 г. по
----	-----------------	-----------	---	--



				31.12.2019 г.; - № 3/2019эбс 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.; - № 1/2022эбс от 01.10.2021 г. с 01.01.2022 г. по 31.12.2022 г.; - № 32211747575эбс от 07.10.2022 г. с 01.01.2023 г. по 31.12.2023 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.; - № ЭР-4/2022 от 01.10.2021 г. с 01.01.2022 г. по 31.12.2022 г.; - № 32211783653 от 21.10.2022 г. с 01.01.2023 г. по 31.12.2023 г.
3.	ВЧЗ РГБ (Виртуальный читальный зал Российской государственной библиотеки)	сторонняя	<a href="https://search.rsl.ru/">https://search.rsl.ru/</a>	ФГБУ «Российская государственная библиотека», договор № 32312116538 от 14.02.2023 г. с 02.03.2023 г. по 01.03.2024 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.; - № ЭР-7/2022 от 09.03.2022 г. с 03.04.2022 по 02.04.2023 г.; - № 32312233331 от 29.03.2023 г. с 03.04.2023 г. по 02.04.2024 г.
5.	ЭБС «Юстицинформ»	сторонняя	<a href="https://elknigi.ru/">https://elknigi.ru/</a>	ООО «Юридический дом «Юстицинформ», договор № ЭР-1/2023 от 30.03.2023 г. с 05.04.2023 г. по 04.04.2024 г.
6.	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 02.03.2021 г.; - № ЭР-3/2021 от 21.06.2021 с 03.07.2021 г. по 02.07.2022 г.; - № 32211498857 от 24.06.2022 г. с 03.07.2022 г. по 02.07.2023 г.; - 32312506505 от 27.06.2023 с 03.07.2023 г. по 02.07.2024 г.

Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА) обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения, состав которого подлежит ежегодному обновлению.

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

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

№	Описание ПО	Наименование ПО, программная среда, СУБД	Вид лицензирования
<b>ПО, устанавливаемое на рабочую станцию</b>			
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.	
2.	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	
3.	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.	
4.	Архиваторы	7-Zip	Открытая лицензия
		WinRar	Открытая лицензия
5.	Интернет браузер	Google Chrome	Открытая лицензия
6.	Программа для просмотра файлов PDF	Adobe Acrobat reader	Открытая лицензия
		Foxit Reader	Открытая лицензия
7.	Программа для просмотра файлов DJVU	DjVu viewer	Открытая лицензия
8.	Пакет кодеков	K-Lite Codec Pack	Открытая лицензия
9.	Видеоплеер	Windows Media Player	В комплекте с ОС
		vlc pleer	Открытая лицензия
		flashpleer	Открытая лицензия
10.	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, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам, и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

В реализации дисциплины (модуля) задействованы учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Для проведения занятий лекционного типа обучающимся предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, которые хранятся на электронных носителях.

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

Помещения для самостоятельной работы обучающихся расположенные по адресу г. Москва ул. Садовая-Кудринская д.9 стр.1, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС Университета 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 MAC AB – 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.

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.

#### **2. 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 МАС АВ – 11 шт.

3. Абонемент научной литературы на 4 посадочных мест:

- стол студенческий одноместный – 4 шт.,
- компьютер студенческий 50 МАС АВ – 4 шт.,
- стул – 4 шт.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся расположенное по адресу г. Москва наб. Шитова д. 72 корп. 3, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС Университета и включает в себя:

- компьютер студенческий Lenovo – 16 шт.,
- стол студенческий одноместный – 16 шт.,
- стол студенческий двухместный – 17 шт.,
- стул – 42 шт.

Дисциплина (модуль) обеспечена помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.