

**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)

**ПРАВОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ
В ЗДРАВООХРАНЕНИИ**

Б1.В.ДВ.02.01

год набора – 2023

Код и наименование направления подготовки:	40.04.01 Юриспруденция
Уровень высшего образования:	магистратура
Направленность (профиль) ОПОП ВО:	Медицинское право (биоправо)
Форма (формы) обучения:	заочная
Квалификация:	магистр

Москва – 2023

Программа утверждена на заседании кафедры конкурентного права, протокол № 8 от «21» марта 2023 года.

Автор:

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

Рецензент:

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

Никитина Т.Е.

Правовые требования к рекламе в здравоохранении: рабочая программа дисциплины (модуля) / Т.Е. Никитина — М.: Издательский центр Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА), 2023.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

©Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА), 2023.

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Правовые требования к рекламе в здравоохранении» является на основе изучения научной литературы, международно-правовых актов, законодательства о рекламе, судебной практики, связанной с применением законодательства о рекламе:

- формирование знаний обучающихся в области правового регулирования рекламы, квалификации рекламы исходя из ее признаков, правовых требований, предъявляемых к рекламе, в том числе направленных на охрану жизни и здоровья граждан;
- формирование навыков применения норм законодательства о рекламе в практической деятельности, в том числе в целях выявления и пресечения нарушений законодательства о рекламе.

Задачами освоения дисциплины (модуля) являются:

- уяснение понятия и признаков рекламы, отграничения рекламы от иной публичной информации;
- определение понятия субъектов рекламной деятельности, их правового статуса;
- изучение общих требований, предъявляемых к рекламе любых товаров, в том числе направленных на защиту жизни, физического, психического и социального благополучия граждан;
- изучение специальных требований, предъявляемых к рекламе отдельных товаров, в том числе лекарственных средств, медицинских услуг, биологически активных добавок;
- уяснение запретов и требований, предъявляемых к рекламе товаров, способных причинить вред здоровью человека;
- определение требований к рекламе, адресованной несовершеннолетним, в том числе направленных на защиту несовершеннолетних от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию;
- формирование представлений о видах юридической ответственности за ненадлежащую рекламу и основаниях ее наступления.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина (модуль) «Правовые требования к рекламе в здравоохранении» относится к элективным дисциплинам (модулям) части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 (Б1.В.ДВ) 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 успеш-

ной профессиональной деятельности. Обучающиеся приобретают способность самостоятельно находить и использовать необходимые содержательно-логические связи с другими дисциплинами программы, такими как «Анти-монопольное регулирование медицинской и фармацевтической деятельности», «Административно-правовое регулирование в сфере здравоохранения», «Договоры в сфере здравоохранения и обращения лекарственных средств» и другими.

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

По итогам освоения дисциплины (модуля) «Правовые требования к рекламе в здравоохранении» 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-4 Способен оказывать юридическую помощь гражданам, организациям, иным субъектам в конкретных сферах юридической деятельности.

Разделы (темы) дисциплины (модуля)	Код и наименование формируемых компетенций	Индикатор достижения компетенций (планируемый результат освоения дисциплины (модуля))
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 материаль-	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 об-

	ного и процессуального права	стоятельства, 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
Общие требования к рекламе, направленные на защиту физического, психического и социального здоровья граждан.	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
Специальные требования к рекламе отдельных видов товаров и к рекламе, распространяемой определенными способами.	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
Государственный контроль и ответственность за нарушение законодательства о рекламе.	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

В результате освоения дисциплины (модуля) «Правовые требования к рекламе в здравоохранении» обучающийся должен:

Знать: правовой институт защиты от ненадлежащей рекламы; правовые требования к рекламе, направленные на защиту жизни, физического и психического здоровья граждан;

Уметь: применять законодательство о рекламе, анализировать и использовать сложившуюся правоприменительную, в том числе судебную практику; развивать познавательные интересы, интеллектуальные и творческие способности путем освоения и использования законодательства о рекламе в практической и научной деятельности;

Владеть: навыками применения норм законодательства о рекламе, пресечения распространения ненадлежащей рекламы и осуществления эффективной правовой защиты в гражданско-правовом и административном порядке.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины (модуля) «Правовые требования к рекламе в здравоохранении» составляет 3 з.е., 108 академических часа. Форма промежуточной аттестации – зачет.

2.1. Тематические планы

2.1.1 Тематический план для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины (модуля)	семестр/триместр	Виды учебной деятельности и объем (в академических часах)				Технология образовательного процесса	Форма текущего контроля/ Форма промежуточной аттестации
			лекции	Практические занятия	Лабораторный практикум	СР		
1	Предмет, метод, принципы и источники правового регулирования рекламной деятельности	3	2	2		8	Дискуссия, индивидуальные задания.	Опрос, тестирование
2	Понятие и признаки рекламы. Отграничение рекламы от иной публичной информации.	3			2	16	Обсуждение вопросов темы. «Мозговой штурм», дискуссия.	Опрос, тестирование

3	Общие требования к рекламе, направленные на защиту физического, психического и социального здоровья граждан.	3		2		24	Работа в малых группах, дискуссия, ролевая игра.	Оценка решения практических задач
4	Специальные требования к рекламе отдельных видов товаров и к рекламе, распространяемой определенными способами.	3		2		28	Case-study, «мозговой штурм».	Опрос, тестирование
5	Государственный контроль и ответственность за нарушение законодательства о рекламе.	3		2		16	Обсуждение вопросов темы. Решение учебных задач.	Самостоятельная работа, тестирование
Всего по ЗФО			2	8	2	92	Зачет – 4 ак.ч.	

2.2. Занятия лекционного типа

Тема лекции	Содержание (основные вопросы) лекции
Предмет, метод, принципы и источники правового регулирования рекламной деятельности. Понятие и признаки рекламы.	Предмет правового регулирования законодательства о рекламе. Метод правового регулирования рекламной деятельности. Понятие и классификация источников правового регулирования рекламной деятельности. Цели и принципы правового регулирования рекламы. Сфера действия законодательства РФ о рекламе. Понятие рекламы. Признаки рекламной информации. Отграничение рекламы от иной публичной информации.
Требования к рекламе.	Общие требования, предъявляемые к рекламе. Характеристика и описание специальных требований, предъявляемых к рекламе. Специальные требования к содержанию рекламы лекарственных средств. Специальные требования к местам и способам размещения рекламы лекарственных средств. Специальные требования к рекламе методов лечения, медицинских услуг. Предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости обратиться к врачу в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг. Требования к рекламе биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания.

	Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
--	--

Задания для подготовки к лекции:

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

2.3. Занятия семинарского типа

Тема практического занятия	Содержание (основные вопросы) практического занятия
Предмет, метод, принципы и источники правового регулирования рекламной деятельности. Понятие и признаки рекламы.	Предмет правового регулирования законодательства о рекламе. Метод правового регулирования рекламной деятельности. Понятие и классификация источников правового регулирования рекламной деятельности. Цели и принципы правового регулирования рекламы. Сфера действия законодательства РФ о рекламе. Понятие рекламы. Признаки рекламной информации. Отграничение рекламы от иной публичной информации.
Общие требования к рекламе, направленные на защиту физического, психического и социального здоровья граждан.	Характеристика общих требований к рекламе, виды общих требований. Недостоверная реклама, недобросовестная реклама, реклама, вводящая в заблуждение, вопросы этики в рекламе. Запреты на использование в рекламе отдельных образов, побуждать к насилию, совершению противоправных действий.
Специальные требования к рекламе отдельных видов товаров и к рекламе, распространяемой определенными способами.	Характеристика и описание специальных требований, предъявляемых к рекламе. Специальные требования к содержанию рекламы лекарственных средств. Специальные требования к местам и способам размещения рекламы лекарственных средств. Специальные требования к рекламе методов лечения, медицинских услуг. Предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости обратиться к врачу в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг. Требования к рекламе биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания.
Государственный контроль и ответственность за нарушение законодательства о рекламе.	Административная ответственность на нарушение законодательства о рекламе. Полномочия антимонопольных органов при выявлении нарушения законодательства о рекламе. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе и административный штраф как мера ответственности.

Практическое занятие 1. Предмет, метод, принципы и источники правового регулирования рекламной деятельности. Понятие и признаки рекламы. Отграничение рекламы от иной публичной информации.

Вопросы для подготовки:

1. Предмет правового регулирования рекламной деятельности.
2. Метод правового регулирования рекламной деятельности.
3. Источники правового регулирования рекламной деятельности.
4. Принципы правового регулирования рекламы. Цели и пределы правового регулирования рекламы в здравоохранении.
5. Виды субъектов рекламной деятельности и особенности их правового статуса
6. Функции рекламы в современной экономике. Особенности значения рекламы в сфере здравоохранения.
7. Понятие рекламы.
8. Признаки рекламы.
9. Отграничение рекламы от иной информации публичного характера, в том числе обязательной к распространению информации, социальной рекламы, политической рекламы.
10. Понятие спонсорской рекламы и особенности правового статуса спонсора.

Практическое занятие 2. Общие требования к рекламе, направленные на защиту физического, психического и социального здоровья граждан.

Вопросы для подготовки:

1. Понятие и классификация общих требований, предъявляемых к рекламе.
2. Недобросовестная реклама и ее основные формы.
3. Требования к достоверности сведений, размещаемых в рекламе.
4. Этические требования в рекламе.
5. Порядок использования отдельных утверждений и образов в рекламе. Использование образов медицинских и фармацевтических работников.
6. Защита прав несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы.

Практическое занятие 3. Специальные требования к рекламе отдельных видов товаров».

Вопросы для подготовки:

1. Понятие и классификация специальных требований к рекламе.
2. Товар как объект рекламирования. Товары, реклама которых не допускается в целях защиты жизни и здоровья граждан.
3. Требования к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины.

4. Требования к рекламе биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания.

Практическое занятие 4. Государственный контроль в сфере рекламы и ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

Вопросы для подготовки:

1. Антимонопольный орган и его роль в государственном контроле соблюдения законодательства о рекламе.
2. Полномочия антимонопольного органа в сфере контроля соблюдения законодательства о рекламе.
3. Порядок пресечения антимонопольным органом нарушения законодательства о рекламе и привлечения виновных лиц к ответственности.
4. Общая характеристика юридической ответственности за нарушение законодательства о рекламе.
5. Основания юридической ответственности за нарушение законодательства о рекламе. Дифференциация ответственности рекламоателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя за нарушение законодательства о рекламе.
6. Административная ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
7. Публичное опровержение недостоверной рекламы (контрреклама).
8. Гражданско-правовая ответственность, наступающая при нарушении законодательства о рекламе.

Краткие рекомендации для подготовки к практическим занятиям

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 положений доктрины в области правового регулирования рекламы, развития навыков юридического мышления необходимо изучение классических монографий.

2.4. Самостоятельная работа

Виды заданий для самостоятельной работы по всем разделам курса:

1. Подготовка проекта заявления о нарушении законодательства о рекламе;

2. Подготовить «комплаенс» программу (рекомендации) для рекламодателя – фармацевтической компании в целях недопущения нарушения законодательства о рекламе;

3. Составить сравнительную характеристику преимуществ и недостатков административного и гражданско-правового способов правовой защиты от ненадлежащей рекламы;

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

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

6. Анализ примеров рекламы лекарственных средств и медицинских услуг на предмет соответствия общим и специальным требованиям к рекламе;

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

III. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в Университете имени О.Е. Кутафина (МГЮА) с целью фиксации результатов освоения модуля дисциплины преподаватель на последнем учебном занятии модуля проводит контрольную проверку уровня знаний обучающихся в формах, предусмотренных тематическим планом настоящей рабочей программы дисциплины (модуля) в качестве форм текущего контроля.

Модельные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Тестирование

К рекламе относится:

- 1) Информация, направленная на продвижение 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.

Практические задачи

Задача № 1

В телевизионном эфире была размещена реклама стоматологической клиники «Улыбка», которая, в том числе, включала в себя следующую информацию «Клиника «Улыбка» сегодня – лидер на рынке оказания стоматологических услуг в регионе. Самые качественные материалы, самые опытные специалисты и лучший сервис».

В антимонопольный орган обратилось ООО «Дента – стоматология» с заявлением о нарушении ООО «СК «Улыбка» законодательства о рекламе и требованием обязать ООО «СК «Улыбка» распространить публичное опровержение (контррекламу).

ООО «СК «Улыбка» в свою очередь представила в антимонопольный орган пояснения, в соответствии с которыми по итогам прошлого года компания обслужила рекордное количество пациентов, все специалисты клиники регулярно проходя курсы повышения квалификации, а материалы, используемые при лечении и протезировании зубов, имеют все необходимые сертификаты соответствия качества. Кроме того, компания осуществляет деятельность на рынке стоматологических услуг более 10 лет и пользуется заслуженным доверием потребителей.

1. Есть ли признаки нарушения законодательства о рекламе в рекламе страховой компании? Обоснуйте ответ с учетом аргументов рекламодателя.

2. Каковы основания, условия и порядок распространения контррекламы?

3. Какие действия, по вашему мнению, должен предпринять антимонопольный орган?

Задача № 2

В еженедельной газете «Жизнь» была размещена реклама салона красоты «Аура» следующего содержания:

«Проблемы с позвоночником, боли в спине, последствия спортивных профессиональных травм. Теперь это не проблема! Только 3 дня в нашем салоне ведет прием врач-остеопат. Запись по телефону 777-77-77».

Управлением ФАС России было возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе в отношении ООО «Салон красоты «Аура» и Издательского дома «Жизнь».

При рассмотрении дела комиссией антимонопольного органа представитель Издательского дома заявил, что Издательский дом, выпускающий газету «Жизнь», распространяет рекламу на основании стандартных договоров с рекламодателями, не определяет текст рекламного сообщения, а размещает предоставленные рекламодателями материалы, и, соответственно, не может нести ответственность за содержание рекламы на страницах издания.

1. Есть ли признаки нарушений законодательства о рекламе в рекламе салона красоты «Аура»? Какие дополнительные обстоятельства необходимо установить антимонопольному органу для принятия решения по делу?
2. Кто является надлежащим ответчиком по делу?
3. Какие действия, по вашему мнению, должен предпринять антимонопольный орган?

Темы эссе

1. Правовые позиции Конституционного суда РФ, Верховного суда РФ и Высшего арбитражного суда РФ по применению законодательства о рекламе.
2. Понятие и признаки рекламы.
3. Объект рекламирования и его характеристика.
4. Правовое регулирование социальной рекламы в здравоохранении.
5. Субъекты рекламной деятельности и особенности их правового статуса.
6. Развитие саморегулирования в сфере рекламы.
7. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

Темы коллоквиумов

1. Правовое регулирование рекламы как неотъемлемая часть государственной политики в сфере охраны здоровья граждан.
2. Вопросы соблюдения норм морали и нравственности в рекламе.
3. Требования, направленные на защиту прав и интересов несовершеннолетних в рекламе.
4. Правовое регулирование рекламы лекарственных средств, медицинской техники и медицинских услуг
5. Полномочия антимонопольного органа по выявлению и пресечению

нарушения законодательства о рекламе.

Контрольные вопросы для промежуточной аттестации

1. Предмет и метод правового регулирования рекламы.
2. Принципы правового регулирования рекламы.
3. Понятие и признаки рекламы.
4. Объект рекламирования и его характеристика.
5. Критерии отграничения рекламы от иной публичной информации.
6. История развития законодательства о рекламе в России.
7. Понятие и характеристика источников правового регулирования рекламной деятельности.
8. Рекламодатель как субъект рекламной деятельности. Особенности его правового статуса.
9. Рекламопроизводитель как субъект рекламной деятельности. Особенности его правового статуса.
10. Рекламораспространитель как субъект рекламной деятельности. Особенности его правового статуса.
11. Потребители рекламы, общественные объединения потребителей, органы саморегулирования рекламы, как участники отношений в сфере рекламы.
12. Классификация общих требований, предъявляемых к рекламе.
13. Недобросовестная реклама и ее основные формы.
14. Недостоверная реклама – основные требования к содержанию информации в рекламе.
15. Требования о соблюдении норм морали и нравственности в рекламе.
16. Язык, на котором распространяется реклама. Порядок использования в рекламе иностранных слов и выражений.
17. Порядок использования отдельных утверждений и образов в рекламе. Использование образов медицинских и фармацевтических работников.
18. Защита прав и интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы.
19. Товары, реклама которых не допускается.
20. Требования к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации.
21. Требования к рекламе биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания.
22. Полномочия антимонопольного органа в сфере контроля за соблюдением законодательства о рекламе.
23. Порядок рассмотрения антимонопольным органом дел по признакам нарушения законодательства о рекламе.

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

25. Публичное опровержение недостоверной рекламы (контрреклама).

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

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

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

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

30. Гражданско-правовая ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Нормативные правовые акты (в действующей редакции) и судебная практика

1. Конституция Российской Федерации. М., 1993.

2. Конвенция по охране промышленной собственности. Заключена в Париже 20.03.1883 (ред. от 02.10.1979).

3. Конвенция о правах ребенка. Одобрена Генеральной Ассамблеей ООН 20.11.1989.

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

5. Договор о проведении согласованной антимонопольной политики. Подписан в г. Москве 25.01.2000.

6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ.

7. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ.

8. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ.

9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ.

10. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24.07.2002 № 95-ФЗ.

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

12. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

13. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
14. Федеральный закон от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации».
15. Федеральный закон от 24.07.1998 № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации».
16. Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».
17. Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».
18. Федеральный закон от 01.12.2007 № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях»
19. Федеральный закон Российской Федерации от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».
20. 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».
21. 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, чемпионата Европы по футболу UEFA 2020 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
22. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации».
23. Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».
24. Федеральный закон от 18.07.1995 № 108-ФЗ «О рекламе» (утратил силу).
25. Указ Президента РФ от 17.02.1995 № 161 «О гарантиях права граждан на охрану здоровья при распространении рекламы» (в редакции Указа Президента РФ от 23.04.2007 № 533).
26. Указ Президента РФ от 11.06.1994 № 1233 «О защите интересов инвесторов» (утратил силу).
27. Постановление Правительства Российской Федерации от 07.04.2004 № 189 «Вопросы федеральной антимонопольной службы».
28. Приказ ФАС России от 23.07.2015 № 649/15 «Об утверждении Положения о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы».
29. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30.07.2009 № 1054-р «О Концепции содействия развитию благотворительной деятельности добровольчества в Российской Федерации».

30. Постановление Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе».

31. Постановление Правительства РФ от 30.06.2021 № 1073 «О федеральном государственном контроле (надзоре) в сфере рекламы».

32. Приказ ФАС России от 15.05.2009 № 298 «Об утверждении положения о Консультативном совете при Федеральной антимонопольной службе по вопросам функционирования рынка услуг по распространению рекламы».

33. Приказ ФАС России от 07.09.2004 № 99 «О создании Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Федеральной антимонопольной службе» (утратил силу).

34. Приказ ФАС России от 19.12.2017 № 1736/17 «Об утверждении положения об Экспертном совете по применению законодательства о рекламе и защите от недобросовестной конкуренции при Федеральной антимонопольной службе».

35. Постановление Правительства Москвы от 12.12.2012 № 712-ПП «Об утверждении Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций».

36. Постановление Правительства Москвы от 25.12.2013 № 902-ПП «О размещении информационных конструкций в городе Москве».

37. Международный кодекс рекламной практики. Принят на 47-ой сессии Исполнительного совета Международной торговой палаты, в ред. от 02.12.1986.

38. Свод обычаев и правил делового оборота рекламы на территории Российской Федерации. М., 1999.

39. Российский рекламный кодекс, 2000.

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

41. 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».

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

43. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2010 № 16 «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации».

44. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц».

45. Информационное письмо Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.98 № 37 «Обзор практики рассмотре-

ния споров, связанных с применением законодательства о рекламе».

46. «Рекомендации по соблюдению законодательства о рекламе безрецептурных лекарственных средств» // <https://fas.gov.ru/documents/669036?ysclid=lkm7ont4mm917649229>

Основная литература

1. Недобросовестная конкуренция в сфере интеллектуальной собственности / Д.А. Гаврилов // Анतिकонкурентные соглашения и недобросовестная конкуренция: учебное пособие / под.ред. С.А. Пузыревского. – Москва: Проспект, 2016. – Гл. 8. – С. 169-210.

2. Дударова Б.О. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс] : курс лекций / Б.О. Дударова, С.А. Пузыревский; ред. С. А. Пузыревский ; Моск. гос. юрид. ун-т им. О.Е. Кутафина (МГЮА). - М. : НОРМА: ИНФРА-М, 2014. - 256. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog/product/469894> (01.04.2019).

3. 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.

4. 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).

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

6. Бадалов Д.С., Василенкова И.И., Пузыревский С.А. Комментарий к Федеральному закону «О рекламе». М.: Проспект, 2004.

Дополнительная литература

1. Бадалов Д.С. Правовое регулирование рекламы. М., 2001.

2. Богацкая С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: учеб. пособие. М., Университетская книга, 2007.

3. Боденхаузен Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности. Комментарий. – М.: Издательство «Прогресс», 1977.

4. Гукасян Л.Е. Защита от недобросовестной конкуренции на товарных рынках России. М., 2001.

5. Ершова И.В. Предпринимательское право. М.: Юриспруденция, 2011.

6. Жилинский С.Э. Предпринимательское право. М.: Издательство Норма, 2008.

7. Кайль А.Н. Комментарий к Федеральному закону от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (постатейный). Подготовлен для системы КонсультантПлюс, 2007.

8. Конкурентное право России. Учебник. М.: Высшая Школа Экономики (Государственный Университет), 2012.
9. Конкурентное право. Учебное пособие. Под ред., Н.И. Клейн и Н.Е. Фонаревой. М.: Логос, 1999.
10. Предпринимательское право Российской Федерации. Учебник по ред. Е.П. Губина и П.Г. Лохно. М.: Юрист, 2010.
11. Пузыревский С.А., Белоусова Е.Г., Василенкова И.И. и др. Правовое регулирование рекламной деятельности: комментарии и законодательство. М.: Спарк, 2001.
12. Спектор Е.И. Комментарий к Федеральному закону «О рекламе» (постатейный). Юстицинформ, 2007.
13. Богачева Н.М. Реклама, ее возникновение и некоторые сведения из истории развития. М., 1969.
14. Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право: Общие положения. М., 2001.
15. Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право. Договоры о выполнении работ и оказании услуг. Статут, 2002
16. Гаврилов Д.А. Недобросовестная конкуренция. Подходы к толкованию и перспективы развития правового регулирования // Конкурентное право. 2011. №1
17. Городов О.А. Недобросовестная конкуренция: теория и правоприменительная практика. М., Статут, 2008.
18. Городов О.А. Право промышленной собственности: Учебник. – М.: Статут, 2011.
19. Горячева Ю.Ю. Разграничение рекламы и информации нерекламного характера.// Законодательство. 2000. № 5.
20. Грибанов В.П. Осуществление и защита гражданских прав. Изд. 2-е, стереотип. – М.: «Статут», 2001.
21. Гукасян Л.Е., Залесов А.В., Серегин Д.И. Законодательство о защите от недобросовестной конкуренции: пути совершенствования. Патенты и лицензии. №5. 2004.
22. Еременко В.И. Недобросовестная конкуренция и исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности. Законодательство и экономика. 2002. № 7.
23. Еременко В.И. Об изменениях в российском законодательстве о рекламе. // Адвокат. 2009. № 1.
24. Еременко В.И. Пресечение недобросовестной конкуренции в Российской Федерации // Государство и право. 1998. № 1.
25. Залесская М.В. Об ответственности за нарушение законодательства о рекламе - Комментарий судебно-арбитражной практики. Вып. 5 / Под ред. В.Ф. Яковлева. - М.: Юридическая литература, 1998.
26. Зименкова О.Н. Правовое регулирование борьбы с недобросовестной конкуренцией в ЕЭС и в странах-членах сообщества. Дисс. канд. юр. наук. М., 1984.

27. Информационные материалы о новом Федеральном законе «О рекламе». Рекламная ассоциация муниципальных образований. М., 2006.
28. Коковихин Ю.В. Пресечение недобросовестной конкуренции в сфере интеллектуальной собственности // Конкурент. 1995. № 1.
29. Коковихин Ю.В. Обзор правоприменительной практики в области недобросовестной конкуренции // Конкурент. 1996. № 3-4
30. Коковихин Ю.В., Гукасян Л.Е. Проблемы правового регулирования недобросовестной конкуренции в условиях переходной экономики России // Конкурент. 1997. № 5
31. Комментарий к Закону Российской Федерации «О средствах массовой информации» под ред. В.В. Погуляев. - М.: ЮСТИЦИНФОРМ, 2004.
32. Мамонова, Е.А. Правовое регулирование рекламы. М., Дашков и К, 2008.
33. Маркварт Э. Сравнительный анализ регулирования недобросовестной конкуренции в законодательствах ФРГ, Европейского Союза и Российской Федерации. Дисс.канд. юр. наук. – М. 1998.
34. Медянкова Е.В. Правовое регулирование рекламной информации. Автореферат диссертации на соискание ученой степени к.ю.н. М., 2002.
35. Методика проведения экспертизы рекламы. Под ред. Крючковой П.В. М., 2001.
36. Минбалеев А.В. Понятие и виды рекламы как объекта информационных правоотношений. //Информационное право//, 2009, № 2
37. 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.
38. Недобросовестная конкуренция с 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.
39. Нечуй-Ветер В.Л. Обязательства по оказанию рекламных услуг. Автореферат диссертации на соискание ученой степени к.ю.н. М., 2003.
40. Николаев, С.О. Особенности рассмотрения информационных споров судами Российской Федерации: дис. канд. юрид. наук: - М., 2003.
41. Никитина Т.Е. Проблемы правового регулирования отношений, связанных с рекламой в сети Интернет // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2017. № 9.
42. Осояну Ю.В. Реализация государственных интересов в сфере социальной рекламы: конституционно-правовые основы: монография, ред. Ю. И. Скуратов. Воронеж, Изд-во «Научная книга», 2005.
43. Павлодский Е.А., Левшина Т.Л. Договоры в предпринимательской деятельности, «Статут», 2008

44. Паращук С.А. Недобросовестная конкуренция: содержание и правовые средства ее пресечения. Дисс. канд. юр. наук. М., 1995.
45. Петров Д.А. Вопросы ответственности за размещение в сети Интернет рекламы и обязательной к размещению информации // Реклама и право. 2013. № 1.
46. Правовая поддержка рекламы и защита интеллектуальной собственности: науч. - практ. сб. / сост. И.Г. Шаблинский; ред. А.А. Гольцблат. М., Альпина Бизнес Букс, 2007.
47. Предпринимательское (хозяйственное) право: учебник / ред. В.В. Лаптев, С.С. Занковский; Ин-т государства и права Рос. акад. наук, Академ. правовой ун-т. - М.: Волтерс Клувер, 2006.
48. Пузыревский С.А. Некоторые аспекты правового регулирования рекламы в Интернет // Век электронной коммерции. № 3. 2001.
49. Пузыревский С.А. К вопросу о применении законодательства Российской Федерации о рекламе. Конкуренция и рынок. № 1. 2007.
50. Пузыревский С.А. Некоторые вопросы применения административной ответственности за нарушение антимонопольного законодательства // Хозяйство и право. 2011. № 5.
51. Пузыревский С.А. Реклама не для всех, а для каждого // «ЭЖ-Юрист», 2006, № 31.
52. Романец П.В. Рекламное право. Краткий очерк и обзор законодательства, Кострома: ООО «Кварта-Н», 1998.
53. Рекламная деятельность в России. Библиотечка Российской газеты. Выпуск № 11. М., 2001.
54. Свердлык Г.А., Нечуй-Ветер В.Л. Основные вопросы обязательств по оказанию рекламных услуг. Центр прав. поддержки рекламной деятельности. М., МГУИЭ, 2002.
55. Свердлык Г.А., Андреев К.Н., Страунинг Э.Л. Проблемы рекламных правоотношений. Учебное пособие. М., 2002.
56. Свит Ю.П. Ненадлежащая реклама и защита прав потребителей // Законы России: опыт, анализ, практика. 2010. № 5.
57. Свит Ю.П. Правовое регулирование отношений по размещению наружной рекламы // Законы России: опыт, анализ, практика. 2009. № 10.
58. Свод обычаев и правил делового оборота рекламы на территории Российской Федерации. М., 1999.
59. Серегин. Д.И. Недобросовестная конкуренция как правовая категория: Дисс. канд. юр. наук. М., 2002.
60. Спектор Е.И. Комментарий к Федеральному закону «О рекламе» (постатейный). М.: Юстицинформ, 2007.
61. Страунинг Э.Л. Некоторые проблемы общей теории рекламных правоотношений. М., Лекс-Книга, 2004.
62. Толкачев, А.Н. Реклама и рекламная деятельность в России: закон и практика. М., Эксмо, 2008.

63. Тотьев К.Ю. Ненадлежащая реклама: законодательные запреты и ограничения//Хозяйство и право. 1996. N 1.
64. Тотьев К.Ю. Ненадлежащая реклама и недобросовестная конкуренция: коллизия составов и способы ее устранения // Законы России: опыт, анализ, практика. 2009. № 10.
65. Тотьев К.Ю. Конкурентное право (правовое регулирование деятельности субъектов конкуренции и монополий): учебник для вузов. - М., 2003.
66. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. Детство и отрочество. - М., 1994.
67. Ученова В.В. История отечественной рекламы. М.: Юнити, 2004.
68. Фонарева Н.Е. Роль рекламного законодательства в пресечении недобросовестной конкуренции//Собрание тезисов участников II Международной конференции "Конкурентная политика в условиях переходной экономики". М.: ГКАП России. Ч. III. 1997.
69. Хохлов Д.В. Законодательство о рекламе сегодня. СПб, 2002.
70. Черячукин Ю.В. Реклама в Европейском Союзе: концепция правового регулирования. Волгоград, 1999.
71. Черячукин Ю.В. Законодательство о рекламе в системе межотраслевых связей. Монография. Волгоград, 2001.
72. Шарков Ф.И. Правовое регулирование коммуникационной деятельности. В рекламе, в связях с общественностью, в журналистике: учеб. Пособие. М., Дашков и К, 2007.

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	http://continent-online.com	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 20.03.2022г. по 19.03.2023 г.; - № 23020811 от 06.03.2023 г. с
----	----------------	-----------	---	---

				20.03.2023 г. по 19.03.2024 г.
2.	СПС Westlaw Academics	сторонняя	https://uk.westlaw.com	<p>Филиал Акционерного общества «Томсон Рейтер (Маркетс) Юроп СА», договоры:</p> <ul style="list-style-type: none"> - № 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	http://www.consultant.ru	Открытая лицензия для образовательных организаций
4.	Гарант	сторонняя	https://www.garant.ru	Открытая лицензия для образовательных организаций

5.1.2. Профессиональные базы данных:

3.	Коллекции полнотекстовых электронных книг информационного ресурса EBSCOHost БД eBook Collection	сторонняя	http://web.a.ebscohost.com	ООО «ЦНИ НЭИКОН», договор № 03731110819000006 от 18.06.2019 г. бессрочно
4.	Национальная электронная библиотека (НЭБ)	сторонняя	https://rusneb.ru	ФГБУ «Российская государственная библиотека», договор № 101/НЭБ/4615 от 01.08.2018 г. с 01.08.2018 по 31.07.2023г. (безвозмездный)
5.	Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина	сторонняя	https://www.prilib.ru	ФГБУ «Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина, Соглашение о сотрудничестве № 23 от 24.12.2010 г., бессрочно
6.	НЭБ eLIBRARY.RU	сторонняя	http://elibrary.ru	<p>ООО «РУНЕБ», договоры:</p> <ul style="list-style-type: none"> - № 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.
7.	Legal Source	сторонняя	http://web.a.ebsco-host.com	ООО «ЦНИ НЭИКО», 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.
8.	ЛитРес: Библиотека	сторонняя	http://biblio.litres.ru	ООО «ЛитРес», догово- ры: - № 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	http://znanium.com	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	http://book.ru	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 государ-	сторонняя	https://search.rsl.ru/	ФГБУ «Российская государственная библиотека», договор № 32312116538 от

	ственной библиотеки)			14.02.2023 г. с 02.03.2023 г. по 01.03.2024 г.
4.	ЭБС Юрайт	сторонняя	http://www.biblio-online.ru	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	https://elknigi.ru/	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	http://ebs.prospekt.org	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.
--	--	--	--

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
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.	
4.	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	
5.	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.	
7.	Архиваторы	7-Zip	Открытая лицензия
		WinRar	Открытая лицензия
8.	Интернет браузер	Google Chrome	Открытая лицензия
9.	Программа для просмотра файлов PDF	Adobe Acrobat reader	Открытая лицензия
		Foxit Reader	Открытая лицензия
10.	Программа для просмотра файлов DJVU	DjVu viewer	Открытая лицензия
11.	Пакет кодеков	K-Lite Codec Pack	Открытая лицензия
12.	Видеоплеер	Windows Media Player	В комплекте с ОС
		vlc pleer	Открытая лицензия
		flashpleer	Открытая лицензия
13.	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.