

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 30.06.2025 14:34:11
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62044034499d09d106a0c1816

Оценочные материалы промежуточной аттестации

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПРАВА

Код, направление подготовки	40.04.01 Юриспруденция
Направленность (профиль)	Юридическое сопровождение предпринимательской деятельности
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Частного и предпринимательского права
Выпускающая кафедра	Частного и предпринимательского права

1 семестр

Типовые темы курсовой работы

1. Правовое регулирование рекламной деятельности.
2. Законодательство о рекламе: понятие, особенности, история, тенденции и перспективы развития.
3. Понятие, признаки и виды рекламы.
4. Правовой статус субъектов рекламной деятельности и потребителей рекламы.
5. Правовое положение органов саморегулирования в области рекламы.
6. Государственное регулирование рекламной деятельности.
7. Государственное регулирование производства и размещения отдельных видов рекламы.
8. Система нормативных требований к содержанию и порядку размещения рекламы.
9. Договоры на оказание рекламных услуг.
10. Договоры на проведение рекламных кампаний.
11. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
12. Защита прав субъектов рекламной деятельности и потребителей рекламы.
13. Понятие интеллектуальной собственности и ее результаты.
14. Субъекты авторского права.
15. Соавторство при создании произведений.
16. Формы свободного использования произведения.
17. Имущественные права автора произведения (программы для ЭВМ) и право собственности на материальный объект.
18. Срок действия авторских прав на произведения и объекты промышленной собственности.
19. Право на товарный знак (знак обслуживания).
20. Понятие произведения, виды произведений, их объективная форма.
21. Понятие и объекты смежных прав.
22. Личные неимущественные права автора.
23. Имущественные права авторов и патентообладателей.
24. Правовая охрана селекционных достижений.
25. Правопреемники и наследники как субъекты авторского права.
26. Лицензионные договоры, их виды. Права и обязанности лицензиара и лицензиата.
27. Источники патентного права.
28. Понятие и функции, источники авторского права.
29. Право на служебные произведения.
30. Защита авторских и смежных прав.

31. Патентование изобретений (подача заявки, получение патента).
32. Экспертиза объектов промышленной собственности.
33. Международные конвенции по авторскому праву.
34. Международные и региональные конвенции по охране промышленной собственности.
35. Особенности рассмотрения дел по охране авторских и патентных прав в суде.
36. Правовая охрана открытий.
37. Правовая охрана рационализаторских предложений и ноу-хау.

Типовые задания для зачета

Типовые задачи для зачета

Задача 1. Была подана заявка на изобретение, сущность которого отражена в формуле изобретения: «Концентратор и аккумулятор космической энергии, выполненный из диэлектрического материала с вертикально расположенными пазами, отличающийся тем, что пазы выполнены в виде канавок характерного поперечного размера, имеющих форму змеек, оси которых ориентированы по радиусу круглого тела, представляющего собой съедобное пористое изделие, расположенное на специальных механизированных опорах».

Удовлетворяет ли описанное в формуле техническое решение условию промышленной применимости?

Может ли быть признано изобретением или полезной моделью заявленное решение в соответствии с п. 5 ст. 1350 ГК РФ?

Задача 2. В рекламной паузе детской передачи по ТВ был показан ролик пива «Белый медведь», в котором переодетый в белого медведя актер наливает пиво в стаканы в компании мужчин. Компания мужчин, выпив пиво, веселится и радуется жизни. Антимонопольный орган выносит решение о запрете показа данного рекламного ролика пива «Белый медведь», ссылаясь на нормы Закона о рекламе.

Правомерно ли решение антимонопольного органа? Обоснуйте ответ.

Типовые вопросы к зачету

1. Понятие рекламы.
2. Содержание рекламы.
3. Участники рекламных правоотношений
4. Регулирование отдельных способов распространения рекламы.
5. Регулирование рекламы отдельных видов товаров.
6. Рекламные договоры.
7. Маркировка рекламы в Интернете.
8. Ответственность за нарушение рекламного законодательства
9. Интеллектуальная собственность как объект правовой охраны.
10. Объекты авторских прав
11. Субъекты авторского права: общая характеристика
12. Содержание авторских прав
13. Производные и составные произведения
14. Служебные произведения
15. Программы для ЭВМ

16. Сложные объекты
17. Объекты патентных прав: понятие и виды
18. Общая характеристика субъектов патентных правоотношений
19. Патентные права
20. Получение патента и его этапы
21. Правовая охрана средств индивидуализации
22. Фирменное наименование как средство индивидуализации юридического лица
23. Товарный знак (знак обслуживания) как средство индивидуализации товаров работ (услуг)
24. Географическое указание и наименование места происхождения товара как средства индивидуализации товара
25. Коммерческое обозначение как средство индивидуализации предприятия

Семестр 2

Типовые задания для контрольной работы

Задача 1. Между хозяйственными обществами в 2022 г. был заключен инвестиционный договор, в соответствии с условиями которого инвестор обязан осуществить капитальные вложения, а застройщик — построить здание бизнес-центра общей площадью 3500 кв. м. Объем вложений инвестора составил 98 % общей стоимости инвестиционного проекта, а со стороны застройщика — 2 %. По завершении строительства и ввода здания в эксплуатацию застройщик получал 500 кв. м площади.

В феврале 2024 г. здание бизнес-центра было введено в эксплуатацию, а право собственности зарегистрировано за застройщиком. В октябре 2024 г. инвестор направил застройщику претензию с требованием передать соответствующие площади бизнес-центра.

Не получив ответ, инвестор обратился в суд с требованием о признании права собственности и об истребовании имущества из чужого незаконного владения в виде 3000 кв. м площадей бизнес-центра.

В судебном заседании выяснилось, что в марте 2024 г. застройщиком был заключен договор, обеспечением по которому являлось здание бизнес-центра, обязательства по которому исполнены не были.

Какое решение должен вынести суд?

Задача 2. Между г. Санкт-Петербургом и инвестиционной компанией был заключен договор на строительство моста через Неву. В преамбуле договора, который был поименован как инвестиционный договор, было указано, что договор заключен в соответствии с Законом г. Санкт-Петербурга «О государственно-частном партнерстве». При реализации проекта у обеих сторон возник спор, который по инициативе инвестиционной компании был передан на рассмотрение арбитражного суда. Формулируя свои исковые требования, инвестиционная компания указала, что несмотря на то, что в преамбуле договора и имеется ссылка на Закон «О государственно-частном партнерстве», в договоре содержатся все те существенные условия, которые позволяют квалифицировать договор в соответствии с Федеральным законом «О концессионном соглашении» как концессионное соглашение и применить к отношениям сторон соответствующие положения.

Проанализируйте соотношения федерального и регионального законов. Какие аргументы при разрешении спора должен использовать суд, обосновывая применимый закон.

Типовые задания для экзамена

Типовые вопросы для экзамена

1. Понятие рекламы.
2. Содержание рекламы.
3. Участники рекламных правоотношений
4. Регулирование отдельных способов распространения рекламы.
5. Регулирование рекламы отдельных видов товаров.
6. Рекламные договоры.
7. Маркировка рекламы в Интернете.
8. Ответственность за нарушение рекламного законодательства
9. Интеллектуальная собственность как объект правовой охраны.
10. Объекты авторских прав
11. Субъекты авторского права: общая характеристика
12. Содержание авторских прав
13. Производные и составные произведения
14. Служебные произведения
15. Программы для ЭВМ
16. Сложные объекты
17. Объекты патентных прав: понятие и виды
18. Общая характеристика субъектов патентных правоотношений
19. Патентные права
20. Получение патента и его этапы
21. Правовая охрана средств индивидуализации
22. Фирменное наименование как средство индивидуализации юридического лица
23. Товарный знак (знак обслуживания) как средство индивидуализации товаров работ (услуг)
24. Географическое указание и наименование места происхождения товара как средства индивидуализации товара
25. Коммерческое обозначение как средство индивидуализации предприятия
26. Приватизация как правовой механизм инвестирования
27. Государственно-частное партнерство
28. Инновационная деятельность как инвестирование
29. Инвестирование в форме капитальных вложений
30. Долевое участие в строительстве
31. Лизинг
32. Концессионное соглашение
33. Специальный инвестиционный контракт
34. Инвестиционные институты на рынке ценных бумаг
35. Инвестирование в цифровой экономике
36. Коррупционные риски в инвестиционной деятельности
37. Правовое регулирование инвестиций

Типовые задачи для экзамена

Задача 1. Компания «П.К.» обратилась к художнику Л. с предложением заключить договор авторского заказа, в соответствии с которым требовалось изготовить баннер, отражающий изготавливаемую компанией продукцию для участия в выставке. Стороны

согласовали все существенные условия договора, включая оплату. Художник Л. выполнил работу в соответствии с условиями договора и техническим заданием, что подтверждается актом приема-передачи. Через месяц с момента принятия выполненной работы, компания «П.К.» решила обратиться к художнику Л. с требованием о том, что на баннере в правом нижнем углу художник разместил свои фамилию и инициалы. Компания «П.К.», не оспаривая авторские права художника, посчитала, что размещение на баннере, выставленном для обозрения неограниченным кругом лиц, инициалов автора является рекламированием художника. По договору выполненные работы компания «П.К.» оплатила, а на рекламу имени художника согласия не давала, в связи с чем считает, что художник Л. должен удалить с баннера свои инициалы.

Обоснованны ли претензии компании «П.К.»?

Задача 2. Общество «СимбиозК» перед входом в бизнес-центр на вывеске указало свое название на немецком языке, поскольку по уставу и свидетельству о государственной регистрации юридического лица предусматривается фирменное название на трех языках — русском, английском и немецком. Территориальный орган усмотрел в этом нарушение норм Закона о рекламе и вручил генеральному директору предписание на устранение нарушения. «СимбиозК» не согласился и обратился в суд за защитой своих прав.

Какое решение вынесет суд?

Задача 3. ООО «Пионер» потребовало от ООО «Пионер» прекратить нарушение исключительного права на свое фирменное наименование. АО «Пионер» аргументировало свое требование тем, что использует фирменное наименование «Открытое акционерное общество “Пионер”» уже в течение 12 лет, обосновав таким образом свое наименование, что оно является первым специализированным предприятием в сфере приготовления и доставки школьных обедов в Восточно-Сибирском регионе. ООО «Пионер» было создано год спустя и также занимается обеспечением питания в общеобразовательных детских учреждениях. В результате многие потребители продуктов питания, изготовленных в ОАО «Пионер», были введены в заблуждение, а в адрес ОАО «Пионер» поступило много нареканий на качествоготавливаемых в ООО «Пионер» обедов для учащихся. Однако ООО «Пионер» отклонило предъявленное требование и заявило, что используемое им фирменное наименование не тождественно фирменному наименованию АО «Пионер» ввиду отличий в организационно-правовой форме данных организаций. Более того, по данным опроса местного населения к числу организаций региона относятся четыре различные организации с названием «Пионер».

Проанализируйте и обоснуйте доводы сторон. Какое решение должен вынести суд?