

Демонстрационный вариант и методические рекомендации по направлению  
«Юриспруденция»

Профиль: «Право информационных технологий и интеллектуальной собственности»

**ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ ВАРИАНТ**

Время выполнения задания – 180 мин.

Блок 1. «Тесты» (максимум – 15 баллов)

Выберите один правильный ответ среди предложенных и заштрихуйте соответствующий ему овал в бланке ответов на пересечении номера вопроса и номера ответа.

**1. Информационное право**

- 1) регулирует только частноправовые отношения в сфере информации
- 2) регулирует только публично-правовые отношения в сфере информации
- 3) является комплексной отраслью, регулирующей как частноправовые, так и публично-правовые отношения в сфере информации
- 4) является отраслью права, имеющей самостоятельный предмет и метод правового регулирования

**2. На какое средство индивидуализации исключительное право является неотчуждаемым:**

- 1) товарный знак
- 2) знак обслуживания
- 3) фирменное наименование
- 4) коммерческое обозначение

**3. Какое из следующих действий не является обязательным для установления режима коммерческой тайны обладателем информации – юридическим лицом:**

- 1) определение перечня информации, составляющей коммерческую тайну
- 2) нанесение на материальные носители грифа «Коммерческая тайна»
- 3) хранение материальных носителей в отдельном помещении, доступ к которому ограничен
- 4) регулирование отношений по использованию информации, составляющей коммерческую тайну, в трудовых договорах с работниками и гражданско-правовых договорах с контрагентами

**4. Какой вид электронной подписи не предусмотрен действующим российским законодательством:**

- 1) простая электронная подпись
- 2) усиленная неквалифицированная электронная подпись
- 3) усиленная квалифицированная электронная подпись
- 4) электронная цифровая подпись

**5. Сайт в сети Интернет**

- 1) всегда признается средством массовой информации
- 2) никогда не признается средством массовой информации
- 3) признается средством массовой информации, если число посетителей сайта более 1000 в сутки
- 4) признается средством массовой информации только в случае регистрации сайта в качестве сетевого издания

**6. Ограничения права на доступ к информации могут предусматриваться:**

- 1) только ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации»
- 2) федеральными законами
- 3) федеральными законами и актами Президента РФ
- 4) федеральными законами, актами Президента РФ и Правительства РФ

**7. Что из нижеперечисленного в Российской Федерации охраняется авторским правом:**

- 1) языки программирования
- 2) программы для ЭВМ
- 3) идеи
- 4) официальные переводы решений международных судов

**8. Договор НИОКР является видом:**

- 1) договора подряда
- 2) договора оказания услуг
- 3) лицензионного договора
- 4) договора найма

**9. Информация в соответствии с Гражданским Кодексом РФ признается:**

- 1) вещью
- 2) имущественным правом
- 3) нематериальным благом
- 4) непосредственно не упоминается в качестве объекта гражданских прав

**10. К профессиональной тайне относится:**

- 1) коммерческая тайна
- 2) государственная тайна
- 3) адвокатская тайна
- 4) тайна личной жизни

**11. Для получения охраны на территории РФ не требуется регистрации:**

- 1) товарных знаков
- 2) коммерческих обозначений
- 3) изобретений
- 4) селекционных достижений

**12. Лицом, оказывающим услуги по предоставлению вычислительной мощности для размещения информации в информационной системе, постоянно подключенной к сети "Интернет", является:**

- 1) интернет-провайдер
- 2) оператор связи
- 3) провайдер хостинга
- 4) организатор распространения информации в сети Интернет

**13. К персональным данным в соответствии с российским законодательством относится:**

- 1) любая информация, относящаяся к определенному физическому лицу
- 2) любая информация, относящаяся к определенному физическому или юридическому лицу
- 3) любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу
- 4) любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому или юридическому лицу

**14. По общему правилу, в Российской Федерации исключительное право на произведение действует:**

- 1) в течение всей жизни автора
- 2) в течение всей жизни автора и двадцати лет, считая с 1 января года, следующего за годом смерти автора.
- 3) в течение всей жизни автора и пятидесяти лет, считая с 1 января года, следующего за годом смерти автора.
- 4) в течение всей жизни автора и семидесяти лет, считая с 1 января года, следующего за годом смерти автора

**15. Доменное имя в Российской Федерации**

- 1) охраняется как объект авторского права
- 2) охраняется как средство индивидуализации
- 3) охраняется как объект патентного права
- 4) не охраняется как объект права интеллектуальной собственности, а признается лишь в качестве обозначения символами, предназначенного для адресации сайтов в сети Интернет

**Блок 2. «Задачи» (максимум – 60 баллов)**

**Задача 1 (максимум – 20 баллов)**

Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 21.07.2014) "О рекламе" содержит следующее определение рекламы:

*«Реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке».*

**Дайте развернутый ответ на вопросы:**

- В каких случаях информация, размещаемая в сети Интернет, будет признаваться рекламой в соответствии с российским законодательством?
- При каких условиях информация, размещаемая в сети Интернет, не может признаваться рекламой?

### Задача 2 (максимум – 20 баллов)

Под контекстной (поисковой) рекламой понимается размещение рекламы на страницах результатов поиска поисковых систем Интернета. Важную функцию в определении целевой аудитории рекламы выполняют ключевые слова поискового запроса. Нередко используемые ключевые слова представляют собой охраняемые текстовые средства индивидуализации (главным образом, зарегистрированные товарные знаки). При этом ключевые слова не всегда отображаются в самом тексте рекламы на странице результата поискового запроса.

Часть IV Гражданского Кодекса Российской Федерации содержит следующие положения об исключительном праве на товарный знак:

*«Статья 1484. Исключительное право на товарный знак*

*1. Лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака в соответствии со статьей 1229 настоящего Кодекса любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак), в том числе способами, указанными в пункте 2 настоящей статьи. Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на товарный знак.*

*2. Исключительное право на товарный знак может быть осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности путем размещения товарного знака:*

*1) на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации;*

*2) при выполнении работ, оказании услуг;*

*3) на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот;*

*4) в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;*

*5) в сети "Интернет", в том числе в доменном имени и при других способах адресации.*

*3. Никто не вправе использовать без разрешения правообладателя сходные с его товарным знаком обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, если в результате такого использования возникнет вероятность смешения».*

**Дайте развернутый ответ на вопросы:**

- Является ли использование чужого товарного знака в качестве ключевого слова в контекстной рекламе нарушением исключительного права на товарный знак?
- Существуют ли альтернативные средства защиты прав и законных интересов правообладателей, чьи товарные знаки используются другими лицами в качестве ключевых слов в контекстной рекламе (помимо средств защиты исключительного права на товарный знак)?

**Задача 3 (максимум – 20 баллов)**

**Проанализируйте статью Федерального закона от 27.07.2006 N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации", дайте развернутый ответ на вопросы:**

- Какие цели преследует данная новелла законодательства?
- Какие юридические, организационные и технические сложности влечет за собой реализация механизма, заложенного в данную статью закона?
- Можно ли утверждать, что субъекты, получившие статус блогера, приобретут больше прав, чем они имели до принятия нового законодательства? Аналогичен ли правовой статус блогера статусу журналиста? Аргументируйте свою позицию.

*Статья 10.2. Особенности распространения блогером общедоступной информации*

*1. Владелец сайта и (или) страницы сайта в сети "Интернет", на которых размещается общедоступная информация и доступ к которым в течение суток составляет более трех тысяч пользователей сети "Интернет" (далее - блогер), при размещении и использовании указанной информации, в том числе при размещении указанной информации на данном сайте или странице сайта иными пользователями сети "Интернет", обязан обеспечивать соблюдение законодательства Российской Федерации, в частности:*

*1) не допускать использование сайта или страницы сайта в сети "Интернет" в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну, для распространения материалов, содержащих публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публично оправдывающих терроризм, других экстремистских материалов, а также материалов, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости, и материалов, содержащих нецензурную брань;*

*2) проверять достоверность размещаемой общедоступной информации до ее размещения и незамедлительно удалять размещенную недостоверную информацию;*

*3) не допускать распространение информации о частной жизни гражданина с нарушением гражданского законодательства;*

*4) соблюдать запреты и ограничения, предусмотренные законодательством Российской Федерации о референдуме и законодательством Российской Федерации о выборах;*

*5) соблюдать требования законодательства Российской Федерации, регулирующие порядок распространения массовой информации;*

*б) соблюдать права и законные интересы граждан и организаций, в том числе честь, достоинство и деловую репутацию граждан, деловую репутацию организаций.*

*2. При размещении информации на сайте или странице сайта в сети "Интернет" не допускается:*

*1) использование сайта или страницы сайта в сети "Интернет" в целях сокрытия или фальсификации общественно значимых сведений, распространения заведомо недостоверной информации под видом достоверных сообщений;*

*2) распространение информации с целью опорочить гражданина или отдельные категории граждан по признакам пола, возраста, расовой или национальной принадлежности, языка, отношения к религии, профессии, места жительства и работы, а также в связи с их политическими убеждениями.*

*3. Блогер имеет право:*

*1) свободно искать, получать, передавать и распространять информацию любым*

способом в соответствии с законодательством Российской Федерации;

2) излагать на своих сайте или странице сайта в сети "Интернет" свои личные суждения и оценки с указанием своего имени или псевдонима;

3) размещать или допускать размещение на своих сайте или странице сайта в сети "Интернет" текстов и (или) иных материалов других пользователей сети "Интернет", если размещение таких текстов и (или) иных материалов не противоречит законодательству Российской Федерации;

4) распространять на возмездной основе рекламу в соответствии с гражданским законодательством, Федеральным законом от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ "О рекламе" на своих сайте или странице сайта в сети "Интернет".

4. Злоупотребление правом на распространение общедоступной информации, выразившееся в нарушении требований частей 1, 2 и 3 настоящей статьи, влечет за собой уголовную, административную или иную ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

5. Блогер обязан разместить на своих сайте или странице сайта в сети "Интернет" свои фамилию и инициалы, электронный адрес для направления ему юридически значимых сообщений.

6. Блогер обязан разместить на своих сайте или странице сайта в сети "Интернет" незамедлительно при получении решения суда, вступившее в законную силу и содержащее требование о его опубликовании на данных сайте или странице сайта.

7. Владельцы сайтов в сети "Интернет", которые зарегистрированы в соответствии с Законом Российской Федерации от 27 декабря 1991 года N 2124-1 "О средствах массовой информации" в качестве сетевых изданий, не являются блогерами.

8. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, ведет реестр сайтов и (или) страниц сайтов в сети "Интернет", на которых размещается общедоступная информация и доступ к которым в течение суток составляет более трех тысяч пользователей сети "Интернет". В целях обеспечения формирования реестра сайтов и (или) страниц сайтов в сети "Интернет" федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи:

1) организует мониторинг сайтов и страниц сайтов в сети "Интернет";

2) утверждает методiku определения количества пользователей сайта или страницы сайта в сети "Интернет" в сутки;

3) вправе запрашивать у организаторов распространения информации в сети "Интернет", блогеров и иных лиц информацию, необходимую для ведения такого реестра. Указанные лица обязаны предоставлять запрашиваемую информацию не позднее чем в течение десяти дней со дня получения запроса федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи.

9. В случае обнаружения в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в сети "Интернет", сайтов или страниц сайтов, на которых размещается общедоступная информация и доступ к которым в течение суток составляет более трех тысяч пользователей сети "Интернет", включая рассмотрение соответствующих обращений граждан или организаций, федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи:

1) включает указанные сайт или страницу сайта в сети "Интернет" в реестр сайтов и (или) страниц сайтов в сети "Интернет", на которых размещается общедоступная информация и доступ к которым в течение суток составляет более трех тысяч пользователей сети "Интернет";

2) определяет провайдера хостинга или иное обеспечивающее размещение сайта или страницы сайта в сети "Интернет" лицо;

3) направляет провайдеру хостинга или указанному в пункте 2 настоящей части лицу уведомление в электронном виде на русском и английском языках о необходимости предоставления данных, позволяющих идентифицировать блогера;

4) фиксирует дату и время направления уведомления провайдеру хостинга или указанному в пункте 2 настоящей части лицу в соответствующей информационной системе.

10. В течение трех рабочих дней с момента получения уведомления, указанного в пункте 3 части 9 настоящей статьи, провайдер хостинга или указанное в пункте 2 части 9 настоящей статьи лицо обязаны предоставить данные, позволяющие идентифицировать блогера.

11. После получения данных, указанных в пункте 3 части 9 настоящей статьи, федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, направляет блогеру уведомление о включении его сайта или страницы сайта в реестр сайтов и (или) страниц сайтов в сети "Интернет", на которых размещается общедоступная информация и доступ к которым в течение суток составляет более трех тысяч пользователей сети "Интернет", с указанием требований законодательства Российской Федерации, применимых к данному сайту или странице сайта в сети "Интернет".

12. В случае, если доступ к сайту или странице сайта в сети "Интернет" на протяжении трех месяцев составляет в течение суток менее трех тысяч пользователей сети "Интернет", данный сайт или данная страница сайта в сети "Интернет" по заявлению блогера исключается из реестра сайтов и (или) страниц сайтов в сети "Интернет", на которых размещается общедоступная информация и доступ к которым в течение суток составляет более трех тысяч пользователей сети "Интернет", о чем блогеру направляется соответствующее уведомление. Данные сайт или страница сайта в сети "Интернет" могут быть исключены из этого реестра при отсутствии заявления блогера, если доступ к данным сайту или странице сайта в сети "Интернет" на протяжении шести месяцев составляет в течение суток менее трех тысяч пользователей сети "Интернет".

### **Блок 3. «Анализ англоязычной статьи» (максимум – 25 баллов)**

**Прочитайте фрагмент англоязычной статьи и сделайте его критический анализ на русском языке, придерживаясь следующего списка вопросов:**

- Какую проблему поднимает автор статьи? В чем заключается актуальность данной проблемы?
- Какой механизм решения обозначенной проблемы рассматривает автор? Как автор оценивает данный механизм?
- Предусмотрен ли в российском законодательстве аналогичный механизм решения обозначенной автором проблемы?
- На Ваш взгляд, каким должно быть оптимальное решение обозначенной проблемы?

**При выполнении задания разрешено пользоваться одним печатным изданием англо-русского или совмещенного англо-русского/русско-английского словаря.**

*Yen, Alfred C., Internet Service Provider Liability for Subscriber Copyright Infringement, Enterprise Liability and the First Amendment. Boston College Law School Research Paper No. 2000-03*

The Internet is one of the Twentieth Century's most important innovations. The Internet's prompt, accurate, and inexpensive distribution of digital information means that practically anyone can receive or disseminate text, images, sound, software or data at the touch of a button. Indeed, a person with an ordinary personal computer and a modem can communicate with as many people as a major corporation with millions of dollars in resources. Now, more than ever before, practically anyone can influence the duplication and dissemination of information around the world.

These fascinating capabilities challenge the laws that govern the duplication and dissemination of information, particularly copyright law. If practically anyone can receive and send information, then practically anyone with access to a copyrighted work can duplicate it, adapt it, or disseminate it. Not surprisingly, commercial proprietors of copyrighted works (so-called "content providers") generally find the Internet threatening to their economic interests. Each duplication of a work arguably represents an infringement of copyright for which content providers should receive compensation.

The Internet also offers content providers commercial opportunities that depend on close control over the access, duplication, and distribution of their works on the Internet. Consider a business that sells books, compact discs, or software through conventional means. Each copy sold requires that a physical copy be made and distributed to the customer. In addition, the seller often must maintain retail space and expend considerable funds on print or television marketing. The Internet can make this activity much less expensive. Businesses can communicate easily with millions of customers through company web sites and email. Orders can be placed and received electronically. The Internet lowers costs by replacing expensive "real space" stores, copies, and communication with cheap, speedy, electronic equivalents.

If anyone can make multiple copies of a work available on the Internet, content providers lose some of their ability to exploit these possibilities. From the perspective of content providers, even an innocent "single use" represents a meaningful threat. Hundreds or even thousands of people can easily access a personal web page or an email floating through cyberspace. If, as content providers often contend, each of these copies represents an infringement for which the content provider should be paid, the Internet deprives content providers of present revenues and a lucrative future.

Of course, content providers are not idle in protecting their self-interest. They complain when people make unauthorized use of copyrighted material on the Internet. In more extreme cases, they sue. However, aggressive copyright enforcement strategies may not be enough to achieve the content providers' objectives. Infringements occur because many Internet users are ignorant of copyright law. Other users deliberately infringe and hope that they will not be discovered. Even if content providers detect infringement, they often go uncompensated because the costs of pursuing compensation outweigh the expected recovery or because the infringer cannot be found. Understandably, content providers wish to deter infringements and ensure compensation for those infringements that do occur.

One controversial proposal for achieving these goals has been to hold Internet Service Providers (ISPs) liable for copyright infringements committed by their subscribers. The argument in favor of such liability claims that the risk of copyright infringement is a natural by-product of Internet service. Principles of enterprise liability, therefore, indicate that ISPs should internalize losses resulting from that risk as a cost of doing business. This will force ISPs to deter copyright infringement, raise compensation for copyright infringements that occur, and spread costs throughout the Internet-user community. Moreover, three copyright doctrines offer plausible support for the general idea of ISP liability. First, the ISPs' ownership of the equipment that stores, makes, and transmits copies of copyright material, their control of such ownership

may be enough to make ISPs directly liable as copyright infringers with or without a finding of liability against the user. Second, the relationship between an ISP and its customers may be close enough to make the ISP vicariously liable. Third, an ISP might face contributory liability if it knowingly provides Internet service to a subscriber who is committing copyright infringement.

By contrast, the argument against such liability claims that ISPs are not responsible for their subscribers' behavior. Internet service does not necessarily imply copyright infringement; therefore, the decision to use the Internet this way and any legal responsibility properly rests with the subscriber. Moreover, the extension of ISP liability would give ISPs powerful incentives to protect their economic interests by removing subscribers' material from the Internet, even when a good case for copyright infringement does not exist. Such indiscriminate censorship conflicts with First Amendment principles and is too high a price to pay for the protection of copyright rights. Courts therefore should refuse to extend ISP liability.

Initial jousting over ISP liability has proven inconclusive. Although courts show an understandable reluctance to hold ISPs liable for the deliberate behavior of others, the few judicial opinions that exist are by no means conclusive. Moreover, the Clinton Administration's Working Group on Intellectual Property Rights supported ISP liability in its so-called "White Paper," but academic commentary has been split. Congress responded to pressure to clarify the law in 1998, when it addressed the issue of ISP liability in the Digital Millennium Copyright Act (DMCA). However, the DMCA "solution" to the problem of ISP liability was odd. Instead of directly addressing the question, Congress deliberately left the law – with all of its ambiguities unchanged. Congress then added a fairly complicated set of new procedures to the DMCA which provide ISPs safe harbors from liability as long as they adopt specified "good citizenship" policies including the termination of subscribers who commit copyright infringement and the removal of alleged infringing material from the Internet. In short, ISPs presently do not know if they are in fact liable for the behavior of their subscribers, but they do know that they can escape liability by cooperating with content providers who complain of copyright infringement.

This article examines the two-tiered legal regime described above. Part I considers ISP liability in the absence of the DMCA. This is important because the DMCA deliberately avoids changing the underlying law. Furthermore, the DMCA's "good citizenship" requirements and limitations on service provider liability are fairly complicated. It is very conceivable that cases will arise in which the DMCA safe harbor provisions do not apply. This part describes the legal doctrines that arguably support ISP liability, and it contends that courts have sensibly interpreted these doctrines to avoid ISP liability unless an ISP knows of a particular subscriber's infringement and continues to provide Internet service to that subscriber. However, these decisions are few in number, and their continued vitality is uncertain. To further demonstrate the wisdom of the current cases, Part I goes on to explore the policy implications of enterprise liability in tort and First Amendment law. This exploration reveals that ISP liability beyond what courts already recognize would be inconsistent with well-accepted limitations on enterprise liability in tort and important free speech principles.

Part II analyzes the DMCA and its relationship to the underlying law. This part describes the DMCA's effect on both existing law and the behavior of ISPs. Although Congress must be credited for trying to curb copyright infringement while providing ISPs some relief from liability, the Act contains flaws. In particular, Congress's decision to leave the underlying law of ISP liability unchanged creates a complicated scheme that goes too far in encouraging ISPs to advance the interests of content providers by removing alleged copyright infringements from the Internet. As Part II will show the DMCA's failure to clarify the underlying law leaves open the possibility that courts will impose broad ISP liability. This threat gives ISPs a very real incentive to take advantage of the DMCA's safe harbors by removing material from the Internet upon a mere formal allegation of copyright infringement. This incentive may make sense to those who believe that copyright infringement must be eliminated to make the Internet a viable tool for commerce. However, Part II shows that the DMCA actually exacerbates conflicts between copyright and the First Amendment because it gives ISPs incentives to remove speech (that is,

material in the form of text, images, or sound) from the Internet even though no copyright infringement has been established.

This article concludes by calling on courts to interpret copyright law and the DMCA in a way that appropriately balances society's interests in preventing copyright infringement and free speech. This includes clarifying and strengthening the sensible decisions that have already been rendered, and then linking these decisions to the DMCA in a way that curbs the DMCA's tendency to encourage the indiscriminate removal of speech from the Internet.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

### 1. Предварительные критерии оценивания

#### Блок 1. «Тесты» (максимум – 15 баллов)

Критерии оценивания: каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.

#### Блок 2. «Задачи» (максимум – 60 баллов; каждая задача – 20 баллов)

##### Критерии оценивания решения Задачи 1 и Задачи 2

- Нет ответа – 0 баллов.
- Есть ответ, но допущены грубые ошибки в правовой квалификации либо не обоснована (недостаточно обоснована) собственная позиция, а также не продемонстрированы знания судебной практики и (или) правовой литературы – от 1 до 5 баллов в зависимости от полноты ответа по усмотрению жюри.
- Есть ответ, не допущено грубых ошибок в правовой квалификации, в достаточной мере обоснована собственная позиция, но не продемонстрированы знания судебной практики или правовой литературы – от 6 до 15 баллов в зависимости от полноты ответа по усмотрению жюри.
- Есть ответ, не допущено грубых ошибок в правовой квалификации, обоснована собственная позиция, а также продемонстрированы знания судебной практики и (или) правовой литературы – от 16 до 20 баллов в зависимости от полноты ответа по усмотрению жюри.

##### Критерии оценивания решения Задачи 3

- Нет ответа – 0 баллов.
- Представлен ответ лишь на один из вопросов – от 1 до 10 баллов в зависимости от полноты ответа по усмотрению жюри.
- Представлен ответ на два вопроса либо на все вопросы, но не обоснована (недостаточно обоснована) собственная позиция – от 11 до 15 баллов в зависимости от полноты ответа по усмотрению жюри.
- Представлен ответ на все вопросы, в достаточной степени обоснована собственная позиция – от 16 до 20 баллов в зависимости от полноты ответа по усмотрению жюри.

#### Блок 3. «Анализ англоязычной статьи» (максимум – 25 баллов)

##### Критерии оценивания:

- Нет ответа – 0 баллов.
- Представлен ответ лишь на один вопрос, не продемонстрировано достаточной степени понимания текста и проблемы, поднимаемой автором статьи – от 1 до 10 баллов в зависимости от полноты ответа по усмотрению жюри.
- Представлен ответ на два и более вопросов, но не продемонстрировано достаточной степени понимания текста, не выражена либо не обоснована (недостаточно обоснована) собственная позиция, не продемонстрировано понимание российского подхода к данной проблеме – от 11 до 15 баллов в зависимости от полноты ответа по усмотрению жюри.
- Представлен ответ на три и более вопросов, продемонстрирована достаточная степень понимания текста, но не выражена либо не обоснована (недостаточно обоснована) собственная позиция, не продемонстрировано понимание российского подхода к данной проблеме – от 16 до 20 баллов в зависимости от полноты ответа по усмотрению жюри.

- Представлен ответ на все вопросы, продемонстрирована достаточная степень понимания текста, продемонстрировано знание российского подхода к данной проблеме, а также выражена и обоснована собственная позиция по данной проблеме – от 21 до 25 баллов в зависимости от полноты ответа по усмотрению жюри.

## 2. Перечень и содержание тем олимпиадных состязаний

Олимпиадное задание по профилю «Право информационных технологий и интеллектуальной собственности» имеет междисциплинарный характер. В рамках олимпиадного состязания оцениваются общие юридические компетенции, знание информационного права, основ гражданского права, права интеллектуальной собственности (авторское право, право промышленной собственности), конституционного и административного права. Блок 3. «Анализ англоязычной статьи» также имеет целью выявить соответствие участника олимпиады минимальным требованиям владения английским языком (чтение текста по специальности со словарем).

### Примерный перечень тем олимпиадных состязаний:

- Понятие и предмет информационного права.
- Информационное право в системе российского права.
- Методы правового регулирования в информационном праве.
- Виды источников информационного права.
- Международно-правовые акты в информационной сфере.
- Конституционные основы информационного права.
- Законодательство в информационной сфере.
- Подзаконные нормативные правовые акты в информационной сфере.
- Судебная и арбитражная практики в информационной сфере.
- Понятие информации.
- Классификация информации.
- Информационное общество и общество знаний.
- Информационная безопасность.
- Понятие правового режима информации.
- Содержание права на доступ к информации.
- Эволюция законодательства о доступе к информации.
- Право организаций средств массовой информации на доступ к информации.
- Право журналистов на доступ к информации.
- Понятие конфиденциальности информации.
- Правовой режим информации ограниченного доступа.
- Понятие тайны в российском законодательстве.
- Правовые основы режима государственной тайны.
- Правовые основы режима служебной тайны.
- Правовые основы режима коммерческой тайны.
- Коммерческая тайна и ноу-хау.
- Понятие личной тайны и семейной тайны.
- Понятие профессиональных тайн.
- Правовые основы режима персональных данных.
- Трансграничная передача персональных данных.
- Персональные данные в сети Интернет.
- Юридическая сила электронного документа.
- Сферы использования электронного документа.
- Виды электронных подписей.
- Понятие «электронного государства».

- Концепция управления Интернетом.
  - Доменные имена.
  - Понятие сайта.
  - Проблемы определения юрисдикции в сети Интернет.
  - Виды ответственности в информационной сфере.
  - Запрещенная и вредная информация.
  - Порядок и основания блокировки сайтов в сети Интернет
  - Правовые аспекты использования «облачных сервисов»
  - Правовые аспекты использования технологий обработки Больших данных
- 
- Общие положения гражданского права
  - Основы договорного права
  - Договоры на выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ
  - Виды договоров в отношении интеллектуальной собственности
  - Понятие интеллектуальной собственности
  - Средства индивидуализации: основы правового регулирования
  - Основы авторского права
  - Основы патентного права
  - Ответственность за нарушение интеллектуальных прав в сети Интернет

### 3. Список рекомендуемой литературы:

#### Учебники, научные статьи и монографии:

- 1) Бачило И.Л. Информационное право. М.: Юрайт, 2012.
- 2) Бачило И.Л. Правовая платформа построения электронного государства// Информационное право, 2008, № 4.
- 3) Быков В.М., Черкасов В.Н. Понятие компьютерной информации как объекта преступлений // Законность. 2013. N 12.
- 4) Васичкин К.А. Ответственность за нарушение интеллектуальных прав в сети Интернет // Законодательство и экономика. 2013. N 9
- 5) Вахрамеев Р.Г. Структура конституционного права на информацию // Актуальные проблемы российского права. 2013. N 6.
- 6) Волчинская Е.К. О проблемах формирования правовой системы ограничения доступа к информации // Информационное право. 2013. № 4.
- 7) Волчинская Е.К. К юбилею Закона Российской Федерации "О государственной тайне" // Информационное право, 2013, № 2.
- 8) Волчинская Е.К. Некоторые приоритеты национальной безопасности в информационной сфере и проблемы их законодательного обеспечения // Информационное право, 2009, № 4.
- 9) Гладких В.И., Сбирунов П.Н. Особенности квалификации незаконного получения и разглашения сведений, составляющих коммерческую, налоговую или банковскую тайну // Юрист. 2012. N 5.
- 10) Дмитриев В.В. Правовые аспекты развития межведомственного электронного документооборота // Арбитражный и гражданский процесс. 2012. № 9.

- 11) Добровольский В.И. Инсайдерская информация в мировой практике, служебная информация и коммерческая тайна в России // Предпринимательское право, 2008, N 4.
- 12) Журавлев М.С. Персональные данные в трудовых отношениях: допустимые пределы вмешательства в частную жизнь работника // Информационное право. 2013. N 4. С. 35 - 38.
- 13) Зайцева А.А. Действие источников информационного права во времени, в пространстве и по кругу лиц // Современное право. 2012. N 1.
- 14) Иванов И.С. Правовая защита детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию: Расширенный научно-практический комментарий. (Подготовлен для системы КонсультантПлюс, 2012).
- 15) Касенова М.Б. Корпорация Интернета по распределению имен и адресов в механизме управления Интернетом // Юрист. 2013. N 24.
- 16) Кузнецов П.У. Основы информационного права // Изд-во Проспект, 2014.
- 17) Лапина М.А., Николаенко Б.С. Информационная функция государства в сети Интернет // Информационное право. 2013. № 4.
- 18) Лапо Л.Г. Конституционно-правовые предпосылки для ограничения права на информацию // Административное и муниципальное право. 2013. № 4.
- 19) Михалев А.В. Понятие коммерчески значимой информации // Безопасность бизнеса. 2012. N 2.
- 20) Наумов В.Б. Право и Интернет: Очерки теории и практики. М., 2002.
- 21) Павлов И.Ю. Проблемные вопросы понимания служебной тайны // Информационное право. 2010. N 3.
- 22) Павлова Е.А., Калятин В.О., Корнеев В.А. Вводный научный комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации // СПС КонсультантПлюс. 2015.
- 23) Паршуков М.И. Понятийный аппарат информационного права в законодательстве, науке и образовательной деятельности // Информационное право. 2013. N 3.
- 24) Петров Д.Е. Ограничение распространения информации в сети Интернет // Юридический мир. 2012. N 1.
- 25) Полякова Т.А., Зимин И.В. Юридическая значимость электронных документов: проблемы правового обеспечения // Юридический мир. 2012. № 3.
- 26) Право на доступ к информации. Доступ к открытой информации / Отв. ред. И.Ю. Богдановская. М.: ЗАО "Юстицинформ", 2009.
- 27) Савельев А. И. Комментарий к Федеральному закону от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и защите информации" (постатейный). М. : Статут, 2015.
- 28) Савельев А. И. Правовая природа облачных сервисов: Свобода договора, авторское право и высокие технологии // Вестник гражданского права. 2015. Т. 5. № 5
- 29) Савельев А. И. Проблемы применения законодательства о персональных данных в эпоху "Больших данных" (Big Data) // Право. Журнал Высшей школы экономики. 2015. № 1. С. 43-67.
- 30) Савельев А. И. Электронная коммерция в России и за рубежом: Законодательство и практика. 2-издание. Переработанное и дополненное. М.: Статут, 2016.

- 31) Савельев А. И. Правовая природа виртуальных объектов, приобретаемых за реальные деньги в многопользовательских играх // Вестник гражданского права. 2014. Т. 14. № 1
- 32) Савельев А. И. Законодательство о локализации данных и его влияние на рынок электронной коммерции в России // Закон. 2014. № 9. С. 51-68.
- 33) Савельев А. И. "Умные" контракты как начало конца классического договорного права // Вестник гражданского права. 2016. № 3. С. 32-59.
- 34) Семизорова Е.В. Правовой режим электронного документа: проблемы правового регулирования // Юрист. 2011. № 15.
- 35) Стрельников В. "Антипиратский закон" против свободы Интернета // ЭЖ-Юрист. 2013. № 35.
- 36) Танимов О.В., Кудашкин Я.В. О правовой природе и возможности правового регулирования отношений в сети Интернет // Информационное право. 2012. N 2.
- 37) Телешина Н.Н., Чудакова И.И. Электронная подпись: изменения в правовом регулировании и правоприменении // Юрист. 2012. № 17.
- 38) Терещенко Л.К. Правовой режим информации. М., 2007.
- 39) Терещенко Л.К. Модернизация информационных отношений и информационного законодательства. М., 2014.
- 40) Терещенко Л.К. Специальные режимы информации в российском законодательстве и международных актах. // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. – 2011. № 3.
- 41) Терещенко Л.К. Информация как объект гражданских прав / Сборник научных статей «Авторское право XXI век». М.:МФГС, РАП, 2010
- 42) Терещенко Л.К. Доступ к информации: правовые гарантии // Журнал российского права, 2010, № 10.
- 43) Харитоновна Л. Документооборот в онлайн-режиме // ЭЖ-Юрист. 2013. № 4.
- 44) Яковец Е.Н., Смирнова И.Н. Нормативное регулирование оборота сведений, составляющих служебную тайну // Информационное право. 2009. N 4.
- 45) Яковлева И.А. Информация с ограниченным доступом: понятие, признаки и тенденции в правовом регулировании и использовании в бизнес-среде // Актуальные проблемы российского права. 2013. № 11

Нормативные источники:

- 1) "Конституция Российской Федерации" от 12.12.1993
- 2) "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ
- 3) "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 N 14-ФЗ
- 4) "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)" от 18.12.2006 N 230-ФЗ
- 5) Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 "О средствах массовой информации"
- 6) Закон РФ от 21.07.1993 N 5485-1 "О государственной тайне"
- 7) Федеральный закон от 07.07.2003 N 126-ФЗ "О связи"
- 8) Федеральный закон от 29.07.2004 N 98-ФЗ "О коммерческой тайне"
- 9) Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе"
- 10) Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации"
- 11) Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ "О персональных данных"

## Олимпиада для студентов и выпускников – 2017 г.

- 12) Федеральный закон от 09.02.2009 N 8-ФЗ "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления"
- 13) Федеральный закон от 22.12.2008 N 262-ФЗ "Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации"
- 14) Федеральный закон от 27.07.2010 N 224-ФЗ "О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"
- 15) Федеральный закон от 29.12.2010 N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию"
- 16) Федеральный закон от 06.04.2011 N 63-ФЗ "Об электронной подписи"
- 17) Федеральный закон от 02.07.2013 N 187-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях"
- 18) Указ Президента РФ от 06.03.1997 N 188 "Об утверждении Перечня сведений конфиденциального характера"