

Демонстрационный вариант и методические рекомендации  
по направлению «Юриспруденция»

Профиль:

«Право информационных технологий и интеллектуальной собственности»

КОД - 2102

Время выполнения задания – 180 мин.

**Блок 1. Вопросы с короткими ответами (максимум – 15 баллов)**

Представьте короткие ответы на вопросы. Ответ на каждый вопрос оценивается максимум в 3 балла.

1. Перечислите принципы обработки персональных данных в соответствии с российским законодательством.
2. Назовите объекты интеллектуальной собственности, исключительные права на которые подлежат государственной регистрации в соответствии с законодательством Российской Федерации
3. Назовите условия, обязательные для установления режима коммерческой тайны по российскому законодательству
4. В чем состоят отличия между простой электронной подписью и усиленной квалифицированной электронной подписью?
5. Представьте классификацию лицензионных соглашений по российскому законодательство об интеллектуальной собственности

**Блок 2. «Задачи» (максимум – 50 баллов)**

**Задача 1 (максимум – 25 баллов)**

Общество с ограниченной ответственностью «А-РУС» (далее – «ООО А-РУС») учреждено в Москве в 2014 году и осуществляет свою деятельность в России, являясь частью большой международной группы компаний «А» (далее – «Группа А»). Все компании Группы А оказывают услуги в различных юрисдикциях под одним и тем же товарным знаком «А» (далее – «Товарный знак А»). Исключительные права на Товарный знак А во всех юрисдикциях, где он зарегистрирован и ему предоставлена охрана, в том числе в Российской Федерации, принадлежат головной компании группы, расположенной в Голландии (далее – «Головная компания»). Лицензионный договор на использование Товарного знака А на территории России между Головной компанией и ООО А-РУС не заключался, при этом ООО А-РУС использует Товарный знак А в России с даты своего учреждения для всех услуг, которые указаны в свидетельстве на товарный знак.

В 2018 году Общество с ограниченной ответственностью «Б» (далее – «ООО Б») подает исковое заявление к Головной компании о досрочном прекращении правовой охраны Товарного знака А вследствие его неиспользования.

Часть IV Гражданского Кодекса Российской Федерации содержит следующие положения о последствиях неиспользования товарного знака (статья 1486):

*1. Правовая охрана товарного знака может быть прекращена досрочно в отношении всех товаров или части товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, вследствие неиспользования товарного знака непрерывно в течение трех лет.*

*Заинтересованное лицо, полагаящее, что правообладатель не использует товарный знак в отношении всех товаров или части товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, направляет такому правообладателю предложение обратиться в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности с заявлением об отказе от права на товарный знак либо заключить с заинтересованным лицом договор об отчуждении исключительного права на товарный знак в отношении всех товаров или части товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован (далее - предложение заинтересованного лица). Предложение заинтересованного лица направляется правообладателю, а также по адресу, указанному в Государственном реестре товарных знаков или в соответствующем реестре, предусмотренном международным договором Российской Федерации.*

*Предложение заинтересованного лица может быть направлено правообладателю не ранее чем по истечении трех лет с даты государственной регистрации товарного знака.*

*Если в течение двух месяцев со дня направления предложения заинтересованного лица правообладатель не подаст заявление об отказе от права на товарный знак и не заключит с заинтересованным лицом договор об отчуждении исключительного права на товарный знак, заинтересованное лицо в тридцатидневный срок по истечении указанных двух месяцев вправе обратиться в суд с исковым заявлением о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака вследствие его неиспользования.*

*Новое предложение заинтересованного лица может быть направлено правообладателю товарного знака не ранее чем по истечении трехмесячного срока со дня направления предыдущего предложения заинтересованного лица.*

*Решение о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака вследствие его неиспользования принимается судом в случае неиспользования правообладателем товарного знака в отношении соответствующих товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, в течение трех лет, непосредственно предшествующих дню направления правообладателю предложения заинтересованного лица.*

*Правовая охрана товарного знака прекращается с даты вступления в законную силу решения суда.*

*2. Для целей настоящей статьи использованием товарного знака признается его использование правообладателем или лицом, которому такое право предоставлено на основании лицензионного договора в соответствии со статьей 1489 настоящего Кодекса, либо другим лицом, осуществляющим использование товарного знака под контролем правообладателя, при условии, что использование товарного знака осуществляется в соответствии с пунктом 2 статьи 1484 настоящего Кодекса, за исключением случаев, когда соответствующие действия не связаны непосредственно с введением товара в гражданский оборот, а также использование товарного знака с изменением его отдельных элементов, не меняющим существа товарного знака и не ограничивающим охрану, предоставленную товарному знаку.*

*3. Бремя доказывания использования товарного знака лежит на правообладателе.*

*При решении вопроса о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака вследствие его неиспользования могут быть приняты во внимание представленные*

правообладателем доказательства того, что товарный знак не использовался по независящим от него обстоятельствам.

4. Прекращение правовой охраны товарного знака означает прекращение исключительного права на этот товарный знак.

**Дайте развернутый ответ на вопрос:**

- Должен ли суд по данному делу прекратить правовую охрану Товарного знака А вследствие его неиспользования на территории Российской Федерации?

## **Задача 2 (максимум – 25 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)?

**Блок 3. «Анализ англоязычной статьи» (максимум – 35 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. Вопросы с короткими ответами (максимум – 15 баллов)

Критерии оценивания: каждый ответ оценивается максимум в 3 балла.

Нет ответа: 0 баллов

Есть ответ: от 1 до 3 баллов в зависимости от корректности и полноты ответа по усмотрению жюри.

#### 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 7 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 8 до 17 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 18 до 25 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 20 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 21 до 29 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 30 до 35 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. 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. // СПС КонсультантПлюс.
2. Савельев А. И. Научно-практический постатейный комментарий к Федеральному закону "О персональных данных". М. : Статут, 2017. // СПС КонсультантПлюс.
3. Савельев А. И. Электронная коммерция в России и за рубежом: Законодательство и практика. 2-издание. Переработанное и дополненное. М: Статут, 2016. // СПС КонсультантПлюс.
4. Савельев А. И. Направления регулирования Больших данных и неприкосновенность частной жизни в новых экономических реалиях // Закон. 2018. № 5. С. 122-143. // СПС КонсультантПлюс.
5. 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. // Режим доступа: <https://law-journal.hse.ru/2015--1/148644342.html>.
6. Savelyev A. Russian New Personal Data Regulations: A Step Forward or a Self-Imposed Sanction? // Computer Law & Security Review. 2015. Vol. 32. No. 1. P. 128-145. // Режим доступа: [https://www.researchgate.net/publication/288700908\\_Russia's\\_new\\_personal\\_data\\_localization\\_regulations\\_A\\_step\\_forward\\_or\\_a\\_self-imposed\\_sanction](https://www.researchgate.net/publication/288700908_Russia's_new_personal_data_localization_regulations_A_step_forward_or_a_self-imposed_sanction).
7. Graham Greenleaf. Asian Data Privacy Laws: Trade & Human Rights Perspectives. Oxford University Press. 2017 // Режим доступа: <https://www.cambridge.org/core/journals/asian-journal-of-comparative-law/article/asian-data-privacy-laws-trade-and-human-rights-perspectives-by-graham-greenleaf-oxford-oxford-university-press-2014-xlii-579-pp-hardcover-11500/89159FE12E5E531886BAAB0E9481D23C>.
8. Амелин Р.В. Правовой режим государственных информационных систем: монография / под ред. С.Е. Чаннова. М.: ГроссМедиа, 2016. 338 с. // СПС КонсультантПлюс.

9. Жарова А.К. Право и информационные конфликты в информационно-телекоммуникационной сфере: монография. М.: Янус-К, 2016. 248 с. // СПС КонсультантПлюс
10. Вайпан В.А. Основы правового регулирования цифровой экономики // Право и экономика, 2017, N 11 // СПС КонсультантПлюс.
11. Хоменко Е.Г., Тарасенко О.А., Национальная платежная система Российской Федерации и ее элементы, Проспект, 2017. // СПС КонсультантПлюс
12. Кузнецова О.А. Гражданско-правовое регулирование договорных отношений в сфере телекоммуникационных услуг: монография. М.: Юстицинформ, 2018. 208 с. // КонсультантПлюс.
13. SAVIN, A. EU Internet Law : Second Edition. Cheltenham, Gloucestershire: Edward Elgar Publishing, 2017. v. 2nd ed // Режим доступа: <https://proxylibrary.hse.ru:2207/eds/detail/detail?vid=0&sid=bae8616e-2f21-4715-b152-1e121f01bcf5%40pdc-v-sessmgr05&bdata=JnNpdGU9ZWZRzLWxpdmU%3d#AN=1509754&db=edsebk>.
14. Волков Ю.В., Вахрушева Ю.Н. Комментарий к Федеральному закону от 7 июля 2003 г. N 126-ФЗ "О связи" / отв. ред. Л.К. Терещенко // СПС КонсультантПлюс. 2016. // СПС КонсультантПлюс.
15. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации части четвертой (постатейный). В 2-х томах / отв. редактор Л.А.Трахтенгерц. М.: Инфра-М, 2-е изд. - 2016. // СПС КонсультантПлюс.
16. Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (постатейный) /отв. ред. Е.А.Павлова. М.: ИЦЧП им. С.С.Алексеева при Президенте РФ. – 2018. // СПС КонсультантПлюс.
17. Право интеллектуальной собственности: учебник / А.С. Ворожевич, О.С. Гринь, В.А. Корнеев и др.; под общ. ред. Л.А. Новоселовой. М.: Статут, 2018. Т. 3: Средства индивидуализации. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&cacheid=1A1E3B3AE6EB894A88A63418069FF947&SORTTYPE=0&BASENODE=32799&ts=1799536177041040833526197384&base=CMB&n=18604&rnd=A00D1DE94296334DFF39DB1AD948F706#08520820047129152>
18. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации (части четвертой): в 2 т. (постатейный) / С.А. Горленко, В.О. Калятин, Л.Л. Кирий и др.; отв. ред. Л.А. Трахтенгерц. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, 2016. Т. 2 – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&cacheid=CFA3A0900904DFA65392F57C41FBBBD3B&SORTTYPE=0&BASENODE=32799&ts=49024990301538007406031987&base=CMB&n=18392&rnd=0.37167172052617636#0009014216903572736>
19. "Право интеллектуальной собственности. Средства индивидуализации: Учебник. (том 3) / (под общ. ред. Л.А. Новоселовой. "Статут", 2018 // СПС КонсультантПлюс.
20. Ворожевич А.С. Пределы осуществления и защиты исключительного права патентообладателя. М.: Статут, 2018. 320 с. // СПС КонсультантПлюс.
21. Гаврилов Э. О средствах индивидуализации в гражданском праве // Хозяйство и право. 2016. N 10. С. 75 - 87. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&cacheid=3B369085EDBDAC5D061DBC1708E3DF20&SORTTYPE=0&BASENODE=32798&ts=6363872670966233289353448&base=CJI&n=104272&rnd=A00D1DE94296334DFF39DB1AD948F706#037925833691833777>

22. Гаврилов Э. О содержании исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации // Хозяйство и право. 2017. N 6. С. 3 - 12. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&cacheid=D9D0B9B9469BAB0E380DCB6E410D5CE5&SORTTYPE=0&BASENODE=32798&ts=165002541802427176475616355&base=CJI&n=110159&rnd=A00D1DE94296334DFF39DB1AD948F706#03778203088350971>
23. Права на товарный знак: монография / Д.В. Афанасьев, А.С. Ворожевич, В.В. Голофаев и др.; отв. ред. Л.А. Новоселова. М.: НОРМА, ИНФРА-М, 2016. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&cacheid=6853C4769821319B67B04E2194082603&SORTTYPE=0&BASENODE=32799&ts=156727443607762178614961242&base=CMB&n=18237&rnd=A00D1DE94296334DFF39DB1AD948F706#06923287888110643>
24. Zech H. A legal framework for a data economy in the European Digital Single Market: rights to use data // Journal of Intellectual Property Law & Practice, 2016, Vol. 11, No. 6, P. 460-470. // Режим доступа: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2873135](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2873135).
25. Perzanowski A., Schultz J. The End of Ownership. Personal Property in the Digital Economy, Cambridge, London, The MIT Press, 2016. // Режим доступа: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2873135](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2873135).
26. Калятин В.О. Право интеллектуальной собственности. Правовое регулирование баз данных. М., Юрайт, 2018. // СПС КонсультантПлюс.
27. POLČÁK, R.; SVANTESSON, D. J. B. Information Sovereignty: Data Privacy, Sovereign Powers and the Rule of Law. Cheltenham, Glos, UK: Edward Elgar Publishing, 2017. // Режим доступа: <https://proxylibrary.hse.ru:2207/eds/detail/detail?vid=0&sid=b0b49048-07bc-4973-a165-746d3a4622b4%40pdc-v-sessmgr02&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmU%3d#AN=1606867&db=edsebk>.
28. LEMIEUX, V. L.; TRAPNELL, S. E. Public Access to Information for Development : A Guide to the Effective Implementation of Right to Information Laws. Washington DC: World Bank Publications, 2016 // Режим доступа: <https://proxylibrary.hse.ru:2447/eds/detail/detail?vid=0&sid=e41b5b87-f86f-49be-9416-09867ded4778%40sdc-v-sessmgr01&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmU%3d#AN=1286559&db=edsebk>.
29. Kittichaisaree K. Public International Law of Cyberspace [электронный ресурс]. – Springer International Publishing Switzerland, 2017. — Режим доступа: <https://book.org/dl/2919961/9bab94>

**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"
- 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"