

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Бублик Владимир Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.08.2023 11:08:54
Уникальный программный ключ:
c51e862f35fca08ce36bdc9169348d2ba451f033

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЮРИДИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В. Ф. ЯКОВЛЕВА»

«Утверждено»
Решением Ученого Совета УрГЮУ
имени В. Ф. Яковлева
от 26.06.2023 года

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Правовые основы государственного регулирования цифровой экономики

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования – программа магистратуры по направлению подготовки

40.04.01 Юриспруденция

(профиль (магистерская программа): **Правовое обеспечение экономической деятельности и цифровой экономики**)

ЧАСТЬ 1. (не публикуется)

ЧАСТЬ 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАБОТЕ С ОЦЕНОЧНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ РАЗРАБОТЧИКИ

КАФЕДРА:	Предпринимательского права
АВТОР:	Белых В.С., проф., д.ю.н. Сергеев А.В., ассистент кафедры

I. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

1. Теоретическое задание (опрос)

1. Какие два основных сектора экономики России можно выделить?

Ответ.

- 1) Реальный сектор экономики (промышленность, строительство, сельское хозяйство и др.).
- 2) Финансовый сектор экономики.

2. Можно ли в качестве самостоятельного сектора экономики России выделить цифровую экономику?

Ответ.

Да, цифровая экономика может рассматриваться как сектор национальной экономики, так как цифровая экономика противопоставляется реальному и финансовому секторам экономики. При этом существует тесная связь и взаимообусловленность между указанными секторами экономики, цифровая экономика ценна не сама по себе, она важна потому, что позволяет обеспечивать переход к новым экономическим отношениям.

3. В каких трех аспектах в современных условиях можно охарактеризовать категорию «цифровое право» по аналогии с фундаментальной категорией «предпринимательское право»?

Ответ.

- 1) Цифровое право как комплексное (межотраслевое) образование.
- 2) Цифровое право как учебная дисциплина.
- 3) Цифровое право как правовая наука.

4. Принятие какой государственной программы стало реакцией на изменяющиеся экономические отношения в условиях развития цифровой экономики?

Ответ.

Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. распоряжением Правительства РФ от 28 июля 2017 года №1632-р), которая развивает основные положения Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы, утвержденной Указом Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203.

Методические указания выполнения:

Теоретические вопросы / опросы в том или ином виде используются при устном или письменном опросе студентов и проверяют степень и качество освоения ими теоретического материала по дисциплине, умение логично рассуждать, лаконично излагать свои мысли по существу дела.

При ответе на теоретический вопрос студент воспроизводит закрепленные в нормативных правовых актах и/или доктринальные определения правовых понятий, о которых идет речь. Указывает и раскрывает признаки, виды, классификации понятий и категорий; при необходимости дает общую характеристику правового регулирования рассматриваемых отношений с указанием актуальных источников; приводит примеры.

При этом студент демонстрирует владение профессиональной терминологией, умение соотносить между собой различные правовые понятия и категории, нормы различных по юридической силе и отраслевой принадлежности источников. При ответе на теоретический вопрос оценивается также осведомленность студента о существующих точках зрения ученых и/или правовых позициях судов по дискуссионным аспектам вопроса.

2. Практическое задание / Задача

2.1. Практическое задание

В поисковой системе «yandex.ru» по запросу «медицинские услуги Ижевск» была размещена информация с рекламой медицинских услуг Компании с возможностью оказания услуг на дому.

В соответствии с информацией, размещенной на Сайте, Компания осуществляла медицинскую деятельность на основании лицензии с местом осуществления деятельности в г. Воронеже. Вместе с тем в период размещения рекламы использовались следующие настройки «Геотаргетинга» (показ рекламы с учетом точного географического местоположения пользователей): Ижевск, Воткинск, Сарапул, на территории которых Компания не имела лицензии на осуществление медицинской деятельности.

В Удмуртское УФАС России поступило заявление гражданина о распространении в сети «Интернет» рекламы Компании с нарушением закона.

Антимонопольный орган признал рекламу ненадлежащей и нарушающей Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), ООО «Яндекс» было признано рекламодателем данной рекламы.

ООО «Яндекс» было привлечено к адм. ответственности по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ (нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе) в виде штрафа в размере 100 000 рублей.

ООО «Яндекс» обжаловало решение и постановление Управления в Арбитражный суд Удмуртской Республики.

Позиция ООО «Яндекс»:

ООО «Яндекс» настаивало на том, что реклама распространялась в соответствии с положениями Закона о рекламе, поскольку:

- обществом выполнены все действия по проверке представленных рекламодателем документов и информации - в лицензии, виртуальной визитке и на Сайте указаны одни и те же данные, в том числе в отношении адреса осуществления медицинской деятельности;

- в спорной рекламе не содержится указания на адреса осуществления деятельности на территории Удмуртской Республики, реклама была размещена с целью того, чтобы любой желающий мог обратиться в медицинскую организацию в г. Воронеже;

- применение в работе настроек Геотаргетинга на какой-либо регион не означает, что рекламируемые услуги оказываются именно на территории этого региона, поскольку указание на конкретное место оказания услуг содержится в самой спорной рекламе, а именно в ее тексте и на странице перехода.

Позиция антимонопольного органа:

- проведенная рекламодателем проверка не свидетельствует о соответствии спорной рекламы требованиям законодательства о рекламе;

- спорная реклама была доступна для просмотра жителям Удмуртии не с целью информирования их об оказании услуг в г. Воронеже, а с целью привлечения внимания к медицинским услугам, оказываемым Компанией в том числе на дому, формирования и поддержания интереса к данным услугам и продвижения их на рынке на территории Удмуртской Республики.

1. Проанализируйте позиции сторон по делу и укажите какую из них поддержит арбитражный суд, аргументируйте свой ответ. 2. Дайте рекомендации Компании при рекламировании медицинских услуг в сети Интернет.

Ответ:

1. С учетом правоприменительной практики арбитражный суд поддержит позицию антимонопольного органа о неправомерности выставления настроек Геотаргетинга шире территории, чем та, на которой лицо может осуществлять лицензируемые виды деятельности.

В соответствии с пунктом 7 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Согласно ч. 1 ст. 2 Федерального закона от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (далее – Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности»), лицензирование государством отдельных видов деятельности направлено на защиту прав граждан, их законных интересов, нравственности и здоровья, а также на установление правовых основ единого рынка.

В соответствии с п. 2 ч.1 ст. 3 Федерального закона «О лицензировании отдельных видов деятельности» под лицензией понимается специальное разрешение на право осуществления юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем конкретного вида деятельности (выполнения работ, оказания услуг, составляющих лицензируемый вид деятельности), которое подтверждается записью в реестре лицензий. Лицензия гарантирует потребителю обязательное соблюдение хозяйствующим субъектом лицензионных требований и условий, предъявляемых законом к данному виду деятельности. Несоблюдение таких требований и условий несет в себе угрозу законным правам и интересам граждан.

В соответствии с п. 46 ст. 12 Федерального закона «О лицензировании отдельных видов деятельности» лицензированию подлежит медицинская деятельность.

В силу п. 8 ст. 3 Федерального закона «О лицензировании отдельных видов деятельности» местом осуществления отдельного вида деятельности, подлежащего лицензированию также является территория, которая предназначена для осуществления лицензируемого вида деятельности и (или) используется при его осуществлении.

На основании ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьями 7-9 данного Закона.

Поскольку данная реклама появлялась при наборе в поисковой строке: «медицинские услуги Ижевск» с указанием в рекламе информации об оказании медицинских услуг на дому, то ее распространение на территории г. Ижевска Удмуртской Республики, подтверждается. Согласно

имеющейся у Компании лицензии она может оказывать медицинские услуги только по адресу, указанному в лицензии в г. Воронеже. На территории Удмуртской Республики Компания не вправе оказывать и рекламировать медицинские услуги с указанием в рекламе информации об оказании услуг на дому, поскольку лицензия ООО «Медлайт» не позволяет оказывать услуги на территории Удмуртской Республики.

Таким образом, оспариваемое решение соответствует Федеральному закону «О рекламе», оснований для его признания незаконным не имеется.

2. Можно резюмировать, что необдуманное использование в своей маркетинговой стратегии Геотаргетинга может привести не к продвижению товара или услуги на рынке, а к неприятным последствиям в виде административного штрафа, причем, как для рекламодателя, так и для рекламодателем.

Таким образом, с учетом изложенного, Компании можно порекомендовать:

- ознакомиться с решением антимонопольного органа, а также суда, и учитывать изложенные в них подходы в своей профессиональной деятельности;
- при размещении рекламы учитывать запреты и ограничения, предусмотренные рекламным законодательством, в том числе ст. 7 Закона о рекламе и др.;
- при использовании различных технических функционалов в целях повышения эффективности распространяемой рекламы, оценивать риски нарушения такими действиями рекламного законодательства.

II. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Методические указания для подготовки:

Для подготовки к промежуточной аттестации студенту необходимо в рабочей программе дисциплины найти перечень вопросов и заданий и внимательно ознакомиться с их содержанием. Затем необходимо изучить/повторить теоретический материал по дисциплине в соответствии с указанным перечнем вопросов, используя лекционный материал, конспекты семинарских занятий, учебную литературу и нормативные правовые акты.

1. Теоретическое задание

1) Основные уровни цифровой экономики

Ответ.

Цифровая экономика формируется на трех уровнях:

- рынки и отрасли экономики (традиционные сферы деятельности), где осуществляется непосредственное взаимодействие конкретных субъектов (поставщиков и потребителей товаров, работ и услуг);
- платформы и технологии, где формируются компетенции для развития рынков и отраслей экономики (сфер деятельности);
- среда, которая создает условия для развития платформ и технологий и эффективного взаимодействия субъектов, рынков и отраслей экономики и охватывает нормативное регулирование, информационную инфраструктуру, кадры и информационную безопасность.

Развитие цифровых платформ, технологий и среды, по всей видимости, будет размывать традиционное функционирование аналоговых материалоёмких рынков и отраслей экономики и в

целом радикально менять основы жизнедеятельности человека, что повлечет существенные изменения и в правовом регулировании экономических отношений.

В связи с тем, что эффективная деятельность рынков и отраслей в цифровой экономике возможна только при наличии развитых платформ, технологий, институциональной и инфраструктурной сред, реализуемая ныне Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» сфокусирована на два нижних уровня цифровой экономики путем развития пяти базовых направлений: (1) нормативное регулирование, (2) кадры и образование, (3) формирование исследовательских компетенций и технических заделов, (4) информационная инфраструктура и (5) информационная безопасность.

В рамках этих направлений определены цели и задачи развития:

– ключевых институтов, на основе которых создаются условия для развития цифровой экономики (нормативное регулирование, кадры и образование, формирование исследовательских компетенций и технологических заделов);

– основных инфраструктурных элементов цифровой экономики (информационная инфраструктура, информационная безопасность).

2. Практическое задание

Компания Google LLC занимает доминирующее положение на рынке распространения приложений через магазины приложений для абонентских устройств, функционирующих под управлением операционной системы Android в России.

Менеджмент компании для повышения коммерческой эффективности настаивает на установлении в Правилах программы для разработчиков Google Play (далее — Правила) (раздел Платежи, пункты: 1, 2, 4, 8) запрета на предложение и использование в мобильных приложениях, функционирующих под управлением операционной системы Android и распространяемых через Google Play, способов оплаты, отличных от платежной системы Google Play.

Компания Google LLC обратилась к консультантам для разрешения вопроса о возможности включения указанных условий в Правила по российскому праву. 1) Дайте консультацию компании Google LLC. 2) Информация о включении в Правила указанных условий поступила в ФАС России. Какой акт должна принять ФАС России до принятия решения о возбуждении дела?

Ответ.

1) В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции) запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо неопределенного круга потребителей, в том числе следующие действия (бездействие):

- навязывание контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора (экономически или технологически не обоснованные и (или) прямо не предусмотренные федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами требования о передаче финансовых средств, иного имущества, в том числе имущественных прав, а также согласие заключить договор при условии внесения в него положений относительно товара, в котором контрагент не заинтересован, и другие требования).

Поскольку Компания Google LLC занимает доминирующее положение на рынке распространения приложений через магазины приложений для абонентских устройств,

функционирующих под управлением операционной системы Android в России, установление в Правилах условий, ограничивающих способы оплаты, будут расцениваться ФАС России как условия, которые привели (могли привести) к навязыванию разработчикам указанных приложений невыгодных условий договора, и признаков нарушения пункта 3 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

В качестве рекомендаций Компании Google LLC можно посоветовать совершить следующие действия:

- исключить из Правил положения, обязывающие разработчиков, которые взимают средства за скачивание приложений из Google Play или принимают плату за доступ к функциям или сервисам, использовать платежную систему Google Play,

- включить в Правила положения, предоставляющие разработчикам возможность использовать для данных целей другие способы оплаты.

2) ФАС России на основании статьи 39.1 Закона о защите конкуренции должна выдать Компании Google LLC предупреждение. На основании ч. 1 ст. 39.1 Закона о защите конкуренции предупреждение выдается в целях пресечения действий (бездействия), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции и (или) ущемлению интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо ущемлению интересов неопределенного круга потребителей. В соответствии с ч. 2 ст. 39.1 Закона о защите конкуренции принятие антимонопольным органом решения о возбуждении дела о нарушении п. 3 ч. 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции без вынесения предупреждения и до завершения срока его выполнения не допускается.

Методические указания выполнения:

Приступать к решению задач необходимо только после освоения теоретического материала и изучения необходимой судебной практики.

Предлагаем следующий алгоритм решения задачи. Сначала в быстром темпе необходимо прочитать условие задачи для понимания общего смысла и сформулированного задания. Затем прочитать второй раз в медленном темпе для понимания проблемной ситуации и правильного установления ее внутренних связей, выявления заключенного в них конфликта. Повторное чтение задачи должно сопровождаться начертанием соответствующей схемы для наглядного восприятия условий задачи, а также формулированием подлежащих разрешению вопросов. С помощью схемы и текста задачи необходимо определиться с субъектным составом правоотношений, их характером, фактическими основаниями возникновения и их правовым регулированием. Далее нужно оценить правовое положение и действия субъектов с позиции норм различных отраслей законодательства.

Формулируем выводы, подкрепляем каждый вывод детальной аргументацией. Решение задачи в письменной форме излагаем подробно, грамотно, логически непротиворечиво, с теоретическим, нормативным обоснованием, со ссылкой на действующую судебную практику (при наличии таковой), доктрину.

Решение задачи обязательно должно содержать детальный анализ ситуации и опираться на конкретные нормы материального и процессуального права.

ЧАСТЬ 3. (не публикуется)