

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «СТАВРОПОЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

С=RU, S=Ставропольский
край, L=г. Ставрополь,
Т=проректор по учебной
работе, ОУ=ректорат, О=,
ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ
БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
АГРАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
СНИЛС-15230589951,
ИНН-2634111763,
E=s.a.maksimov@stgau.ru,
G=Светлана Александровна,
SN=Максимович,
CN=Максимович Светлана
Александровна

ИНСТИТУТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ



Утверждаю
Проректор по среднему
профессиональному образованию
Ряховская О.С.
«14» апреля 2026 г.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
«ПРОФЕССИОНАЛИТЕТ»**

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование

Образовательная программа
Подготовки специалистов среднего звена

Специальность
40.02.04 Юриспруденция
На базе основного общего образования

Квалификация выпускника
Юрист

Одобрено на заседании педагогического совета:
протокол №5 от «14» апреля 2026 г.

Согласовано с профильным
предприятием:
Адвокатский кабинет
Адвокат, к.ю.н. И.В. Щетинина



И.В. Щетинина

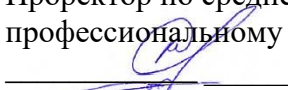
2026 год

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ПРИНЯТО

Учебно-методической комиссией
института СПО
ФГБОУ ВО Ставропольский ГАУ
Протокол № 9 от «10» апреля 2026 года

Утверждаю:

Проректор по среднему
профессиональному образованию

Ряховская О.С.
«10» апреля 2026 г.

**Фонд оценочных средств дисциплины
ОП.09 Правовые основы обеспечения конкуренции,
надлежащей рекламы и инвестиционного регулирования**

Специальность среднего профессионального образования

40.02.04 Юриспруденция

Квалификация выпускника

юрист

Форма обучения

очная

2026

Фонд оценочных средств составлен в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности по специальности 40.02.04 Юриспруденция.

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании цикловой комиссии социально-экономических дисциплин и профессиональных модулей «27» марта 2026 года протокол №6.

Председатель цикловой комиссии



Германова В.С.

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации предназначен для оценивания знаний, умений, уровня сформированности компетенций студентов, обучающихся по специальности 40.02.04 Юриспруденция, по дисциплине ОП.09 Правовые основы обеспечения конкуренции, надлежащей рекламы и инвестиционного регулирования.

ФОС составлен на основе ФГОС СПО и рабочей программы дисциплины ОП.09 Правовые основы обеспечения конкуренции, надлежащей рекламы и инвестиционного регулирования.

Промежуточная аттестация по дисциплине предусмотрена в форме зачета с оценкой.

1.2. Планируемые результаты освоения учебной дисциплины

Код ОК, ПК	Умения (У)	Знания (З)	Навыки (В)
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	У-1.1 — распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части У-1.2 — определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы У-1.3 — выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы У-1.4 — владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах У-1.5 — оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	3-1.1 — актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить 3-1.2 — структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях 3-1.3 — основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте 3-1.4 — методы работы в профессиональной и смежных сферах 3-1.5 — порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	—
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные	У-2.1 — определять задачи для поиска информации, планировать процесс поиска, выбирать необходимые источники информации У-2.2 — выделять наиболее значимое в перечне информации, структурировать получаемую информацию, оформлять	3-2.1 — номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности 3-2.2 — приемы структурирования информации 3-2.3 — формат оформления результатов поиска информации	—

Код ОК, ПК	Умения (У)	Знания (З)	Навыки (В)
технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	результаты поиска У-2.3 — оценивать практическую значимость результатов поиска У-2.4 — применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач У-2.5 — использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности У-2.6 — использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	3-2.4 — современные средства и устройства информатизации, порядок их применения 3-2.5 — программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства	
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	У-3.2 — применять современную научную профессиональную терминологию У-3.3 — определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования У-3.7 — определять источники достоверной правовой информации У-3.8 — составлять различные правовые документы	3-3.1 — содержание актуальной нормативно-правовой документации 3-3.2 — современная научная и профессиональная терминология 3-3.3 — возможные траектории профессионального развития и самообразования 3-3.4 — основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности	—
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	У-4.1 — организовывать работу коллектива и команды У-4.2 — взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	3-4.1 — психологические основы деятельности коллектива 3-4.2 — психологические особенности личности	—

Код ОК, ПК	Умения (У)	Знания (З)	Навыки (В)
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	У-5.1 — грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке У-5.2 — проявлять толерантность в рабочем коллективе	З-5.1 — правила оформления документов З-5.2 — правила построения устных сообщений З-5.3 — особенности социального и культурного контекста	—
ПК 1.1 Осуществлять профессиональное толкование норм права	У-П1.1.1 — анализировать, толковать и правильно применять правовые нормы У-П1.1.2 — характеризовать, интерпретировать, анализировать, сопоставлять и исследовать особенности правового статуса субъектов правоотношений У-П1.1.3 — сравнивать, толковать и квалифицировать деяние как правонарушение, регулируемое нормами гражданского права	З-П1.1.1 — понятие и основные положения, и особенности науки гражданского права З-П1.1.2 — сущность, содержание основных понятий, категорий, конструкций, институтов гражданско-правового законодательства	В-П1.1.1 — осуществления профессионального толкования норм права
ПК 1.2 Применять нормы права для решения задач в профессиональной деятельности	У-П1.2.1 — оперировать юридическими понятиями и категориями У-П1.2.2 — анализировать юридические факты и возникающие в связи с ними правоотношения, разграничивать правовые нормы и правоотношения в зависимости от отраслей права У-П1.2.4 — анализировать и решать юридические проблемы в сфере гражданско-правовых отношений	З-П1.2.1 — источники гражданского процесса З-П1.2.2 — понятие и виды гражданско-процессуальных норм З-П1.2.3 — сущность и содержание статуса участников гражданско-процессуальных отношений З-П1.2.12 — порядок судебного разбирательства, обжалования, опротестования, исполнения и пересмотра решения суда З-П1.2.14 — виды и порядок гражданского судопроизводства З-П1.2.15 — основные стадии гражданского процесса	В-П1.2.1 — применения норм права для решения задач в профессиональной деятельности

1.3. Соответствие разделов (тем) учебной дисциплины и формируемых умений, знаний и навыков

Наименование разделов и тем	Коды У, З и В
Раздел 1. КОНКУРЕНЦИЯ И АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ	
Тема 1.1. Общие положения о конкуренции. Виды конкуренции	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-2.1, У-2.2, У-3.2, У-3.7, У-П1.1.1, У-П1.1.2, У-П1.2.1 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Тема 1.2. Товарный рынок. Доминирующее положение	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-2.1, У-2.2, У-3.2, У-3.7, У-П1.1.1, У-П1.2.1, У-П1.2.2 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Тема 1.3. Антиконтурентные соглашения, координация, недобросовестная конкуренция и ответственность	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-1.4, У-1.5, У-2.1, У-2.2, У-2.3, У-2.4, У-3.2, У-3.3, У-3.7, У-3.8, У-4.1, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.1.2, У-П1.1.3, У-П1.2.1, У-П1.2.2, У-П1.2.4 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-1.3, 3-1.4, 3-1.5, 3-2.1, 3-2.2, 3-2.3, 3-2.4, 3-3.1, 3-3.2, 3-3.3, 3-3.4, 3-4.1, 3-5.1, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.2, 3-П1.2.3, 3-П1.2.12, 3-П1.2.14 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Раздел 2. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ	
Тема 2.1. Понятие и требования к рекламе. Ответственность	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-2.1, У-2.2, У-2.3, У-3.2, У-3.7, У-3.8, У-4.1, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.1.2, У-П1.2.1, У-П1.2.2 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-3.3, 3-4.1, 3-5.1, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Раздел 3. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
Тема 3.1. Инвестиции и государственное регулирование	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-2.1, У-2.2, У-3.2, У-3.7, У-3.8, У-4.1, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.2.1 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-4.1, 3-5.1, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1

1.4. Формы контроля и оценивания

Элемент учебной дисциплины	Методы оценки	Проверяемые ОК, ПК	Проверяемые У, З и В
Раздел 1. КОНКУРЕНЦИЯ И АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ			
Тема 1.1. Общие положения о конкуренции. Виды конкуренции			
Лекционное занятие 1	Устный опрос, проверка конспекта, текущий контроль в ходе занятия	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-2.1, У-2.2, У-3.2, У-3.7, У-П1.1.1, У-П1.1.2, У-П1.2.1 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Практическое занятие 1	Решение ситуационных задач, устный опрос, тестирование по теме 1.1 , оценка активности	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-2.1, У-2.2, У-4.1, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.1.2, У-П1.2.1 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-2.1, 3-2.2, 3-4.1, 3-5.1, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Самостоятельная работа	Проверка конспекта, опрос на практическом занятии	ОК 02, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-2.1, У-2.2, У-П1.1.1 З: 3-2.1, 3-2.2, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Тема 1.2. Товарный рынок. Доминирующее положение			
Лекционное занятие 2	Устный опрос, проверка конспекта, текущий контроль	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-2.1, У-2.2, У-3.2, У-3.7, У-П1.1.1, У-П1.2.1, У-П1.2.2 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Практическое занятие 2	Решение расчётных задач, анализ кейсов, устный опрос, тестирование по теме 1.2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 05, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-2.1, У-2.2, У-3.2, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.2.1, У-П1.2.2 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-5.1, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Самостоятельная работа	Проверка конспекта, опрос на практическом занятии	ОК 02, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-2.1, У-2.2, У-П1.1.1 З: 3-2.1, 3-2.2, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Тема 1.3. Антиконтентные соглашения, координация, недобросовестная конкуренция и ответственность			
Лекционное занятие 3	Устный опрос, проверка конспекта, текущий контроль	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-1.4, У-1.5, У-2.1, У-2.2, У-2.3, У-2.4, У-3.2, У-3.3, У-3.7, У-3.8, У-4.1, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.1.2, У-П1.1.3,

Элемент учебной дисциплины	Методы оценки	Проверяемые ОК, ПК	Проверяемые У, З и В
			У-П1.2.1, У-П1.2.2, У-П1.2.4 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-1.3, 3-1.4, 3-1.5, 3-2.1, 3-2.2, 3-2.3, 3-2.4, 3-3.1, 3-3.2, 3-3.3, 3-3.4, 3-4.1, 3-5.1, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.2, 3-П1.2.3, 3-П1.2.12, 3-П1.2.14 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Практическое занятие 3	Решение задач на квалификацию, анализ судебной практики, устный опрос, тестирование по теме 1.3 (картели и соглашения)	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-1.4, У-2.1, У-2.2, У-2.3, У-3.2, У-3.7, У-4.1, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.1.2, У-П1.1.3, У-П1.2.1, У-П1.2.2 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-1.3, 3-2.1, 3-2.2, 3-2.3, 3-3.1, 3-3.2, 3-4.1, 3-5.1, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.2, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Практическое занятие 4	Решение расчётных задач, оценка квалификации деяния, устный опрос, тестирование по теме 1.3 (ответственность)	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 05, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-1.5, У-2.1, У-2.2, У-2.3, У-3.2, У-3.7, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.1.3, У-П1.2.1, У-П1.2.4 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-1.5, 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-5.1, 3-П1.1.1, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3, 3-П1.2.12 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Практическое занятие 5 (контрольная работа по разделу 1)	Контрольная работа (решение комплексных задач), письменная работа, итоговое тестирование по разделу 1	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-1.4, У-1.5, У-2.1, У-2.2, У-2.3, У-2.4, У-3.2, У-3.3, У-3.7, У-3.8, У-4.1, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.1.2, У-П1.1.3, У-П1.2.1, У-П1.2.2, У-П1.2.4 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-1.3, 3-1.4, 3-1.5, 3-2.1, 3-2.2, 3-2.3, 3-2.4, 3-3.1, 3-3.2, 3-3.3, 3-3.4, 3-4.1, 3-5.1, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.2, 3-П1.2.3, 3-П1.2.12, 3-П1.2.14 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Самостоятельная работа	Проверка конспекта, опрос на практическом занятии, подготовка к контрольной работе	ОК 02, ОК 03, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-2.1, У-2.2, У-3.2, У-3.7, У-П1.1.1 З: 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Раздел 2. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ			
Тема 2.1. Понятие и требования к рекламе. Ответственность			

Элемент учебной дисциплины	Методы оценки	Проверяемые ОК, ПК	Проверяемые У, З и В
Лекционное занятие 4	Устный опрос, проверка конспекта, текущий контроль	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-2.1, У-2.2, У-2.3, У-3.2, У-3.7, У-3.8, У-4.1, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.1.2, У-П1.2.1, У-П1.2.2 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-3.3, 3-4.1, 3-5.1, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Практическое занятие 6	Решение задач на квалификацию рекламы, анализ текстов и видеороликов, тестирование по теме 2.1 (понятие и виды рекламы)	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 05, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-2.1, У-2.2, У-2.3, У-3.2, У-3.7, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.1.2, У-П1.2.1, У-П1.2.2 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-3.3, 3-5.1, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Практическое занятие 7	Решение задач с учётом новелл 2026 г., расчёт штрафов, устный опрос, тестирование по теме 2.1 (новеллы и ответственность)	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 05, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-2.1, У-2.2, У-2.3, У-3.2, У-3.7, У-3.8, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.2.1, У-П1.2.2 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-3.3, 3-3.4, 3-5.1, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Практическое занятие 8 (контрольная работа по разделу 2)	Контрольная работа (решение комплексных задач), письменная работа, итоговое тестирование по разделу 2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-2.1, У-2.2, У-2.3, У-3.2, У-3.7, У-3.8, У-4.1, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.1.2, У-П1.2.1, У-П1.2.2 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-3.3, 3-3.4, 3-4.1, 3-5.1, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Самостоятельная работа	Проверка конспекта, опрос на практическом занятии, подготовка к контрольной работе	ОК 02, ОК 03, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-2.1, У-2.2, У-3.2, У-3.7, У-П1.1.1 З: 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Раздел 3. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ			
Тема 3.1. Инвестиции и государственное регулирование			
Лекционное занятие 5	Устный опрос, проверка конспекта, текущий контроль	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-2.1, У-2.2, У-3.2, У-3.7, У-3.8, У-4.1, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.2.1 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-4.1, 3-5.1, 3-

Элемент учебной дисциплины	Методы оценки	Проверяемые ОК, ПК	Проверяемые У, З и В
			П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Практическое занятие 9	Решение задач на квалификацию объектов и видов инвесторов, анализ примеров, тестирование по теме 3.1 (понятия и субъекты)	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 05, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-2.1, У-2.2, У-3.2, У-3.7, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.2.1 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-5.1, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Практическое занятие 10 (контрольная работа по разделу 3)	Контрольная работа (решение комплексных задач), письменная работа, итоговое тестирование по разделу 3	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-1.1, У-1.2, У-1.3, У-2.1, У-2.2, У-3.2, У-3.7, У-3.8, У-4.1, У-5.1, У-П1.1.1, У-П1.2.1 З: 3-1.1, 3-1.2, 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-4.1, 3-5.1, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2, 3-П1.2.1, 3-П1.2.3 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Самостоятельная работа	Проверка конспекта, опрос на практическом занятии, подготовка к зачёту	ОК 02, ОК 03, ПК 1.1, ПК 1.2	У: У-2.1, У-2.2, У-3.2, У-3.7, У-П1.1.1 З: 3-2.1, 3-2.2, 3-3.1, 3-3.2, 3-П1.1.1, 3-П1.1.2 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
Промежуточная аттестация	Зачёт с оценкой: комплексное тестирование по всем разделам + решение практических задач	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ПК 1.1, ПК 1.2	У: Все У по дисциплине З: Все З по дисциплине В: Все В по дисциплине

2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

2.1. Контрольные вопросы по дисциплине

1. Дайте определение конкуренции согласно Федеральному закону № 135-ФЗ «О защите конкуренции».
2. Назовите основные виды конкуренции по методам ведения (с примерами).
3. Перечислите признаки совершенной (идеальной) конкуренции.
4. Что такое монополия? Назовите типы монополий и приведите примеры.
5. Чем отличается естественная монополия от искусственной?
6. Охарактеризуйте монополистическую конкуренцию. Приведите 2-3 примера.
7. Что такое олигополия? Назовите её основные признаки и примеры из российской практики.
8. Какие формы недобросовестной конкуренции предусмотрены статьей 14 ФЗ № 135-ФЗ?
9. Какие изменения внес «Пятый антимонопольный пакет» в регулирование цифровых рынков?
10. Назовите основной орган антимонопольного регулирования в России и перечислите его ключевые полномочия
11. Дайте определение товарного рынка по ст. 4 Закона о защите конкуренции.
12. Какие два вида границ товарного рынка выделяются при анализе состояния конкуренции?
13. Как определяются продуктовые границы товарного рынка?
14. Как определяются географические границы товарного рынка?
15. Приведите пример, когда географические границы рынка коммунальных услуг определяются в границах районов или округов.
16. Дайте определение доминирующего положения (ст. 5 Закона о защите конкуренции).
17. Назовите количественные пороги доли на товарном рынке, используемые для определения доминирующего положения в России.
18. Что означает «неопровержимая презумпция» при доле менее 35%?
19. Что такое Реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю более 35%? Каково его правовое значение?
20. Является ли само по себе доминирующее положение нарушением антимонопольного законодательства?
21. Дайте определение злоупотребления доминирующим положением.
22. Дайте определение координации экономической деятельности (п. 14 ст. 4 Закона о защите конкуренции).
23. Распространяется ли запрет на координацию на некоммерческие организации и саморегулируемые организации (СРО)?
24. Дайте определение антиконкурентного соглашения в соответствии с п. 18 ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции». В какой форме (письменной или устной) может быть заключено такое соглашение?
25. Что такое «картель»? Перечислите пять видов действий, которые запрещены для участников картеля в соответствии с ч. 1 ст. 11 Закона о защите конкуренции.
26. В чем отличие «горизонтальных» соглашений от «вертикальных»? Приведите примеры каждого вида.
27. Какие условия должны быть соблюдены, чтобы «вертикальное» соглашение считалось допустимым в соответствии со ст. 12 Закона о защите конкуренции (два условия)?
28. Что понимается под «согласованными действиями»? Каковы признаки согласованных действий в отличие от соглашения?
29. На какие виды деятельности (сферы экономики) приходится, по статистике ФАС, большинство выявляемых антиконкурентных соглашений? (Назовите не менее трех сфер).
30. Какие антиконкурентные соглашения, предусмотренные ч. 4 ст. 11 Закона о защите конкуренции, могут быть признаны допустимыми, и при каком условии (ст. 12)?
31. Дайте определение недобросовестной конкуренции в соответствии с п. 9 ст. 4 Закона о защите конкуренции. Перечислите четыре обязательных признака, необходимых для признания действий недобросовестной конкуренцией.
32. Назовите формы недобросовестной конкуренции, запрещенные ст. 14.1–14.4 и 14.6 Закона о защите конкуренции, и кратко охарактеризуйте каждую из них.

33. В чем отличие дискредитации (ст. 14.1) от введения в заблуждение (ст. 14.2)? Каковы объекты дискредитации?

34. Что понимается под некорректным сравнением (ст. 14.3)? Какие виды некорректного сравнения выделены в законе?

35. Какие виды юридической ответственности предусмотрены за нарушение антимонопольного законодательства (ст. 37 Закона о защите конкуренции)? Раскройте их краткую характеристику.

36. Какие виды государственного контроля выделяются в зависимости от стадии контроля и цели проверки? Дайте их краткую характеристику.

Ответ: Предварительный контроль (цель — предупреждение и профилактика нарушений), текущий контроль (оценка реально осуществляемой деятельности), последующий контроль (проверка исполнения решений государственных органов).

37. В каких случаях требуется предварительное согласие антимонопольного органа на создание коммерческой организации путем ее учреждения?

Ответ: Предварительное согласие ФАС требуется, если: 1) суммарная балансовая стоимость активов учредителей превышает 3 млрд руб.; 2) суммарная выручка учредителей за последний календарный год превышает 6 млрд руб.; 3) учредитель включен в Реестр.

38. Какие пороговые значения крупного ущерба и крупного дохода установлены ст. 178 УК РФ в действующей редакции?

Ответ: Крупный ущерб — 16 млн руб., особо крупный ущерб — 47,5 млн руб., крупный доход — 80 млн руб., особо крупный доход — 395 млн руб.

39. Назовите не менее трех статей КоАП РФ, устанавливающих административную ответственность за нарушение антимонопольного законодательства, и укажите, за что они предусматривают ответственность.

Ответ: Ст. 14.31 — злоупотребление доминирующим положением; ст. 14.32 — заключение антиконкурентного соглашения (картеля); ст. 14.33 — недобросовестная конкуренция; ст. 14.9 — ограничение конкуренции органами власти; ст. 19.5 — невыполнение предписания ФАС (любые три из перечисленных).

40. Какие условия должны быть соблюдены для принудительного разделения (выделения) коммерческой организации антимонопольным органом?

Ответ: Три условия в совокупности: 1) возможность обособления структурных подразделений; 2) отсутствие технологически обусловленной взаимосвязи структурных подразделений; 3) наличие у реорганизованных организаций возможности самостоятельно работать на рынке определенного товара.

41. Дайте определение рекламы по п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе». Перечислите четыре обязательных признака рекламы.

Ответ: 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. Признаки: 1) распространение любым способом; 2) любая форма; 3) неопределенный круг лиц; 4) цель — привлечение внимания и продвижение.

42. Назовите субъектов рекламных отношений и дайте определение каждому из них (ст. 3 Закона о рекламе).

Ответ: Рекламодатель — лицо, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы; Рекламопроизводитель — лицо, приводящее информацию в готовую форму; Рекламораспространитель — лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом; Потребители рекламы — лица, на привлечение внимания которых направлена реклама.

43. Что такое социальная реклама? Чем она отличается от коммерческой рекламы?

Ответ: Социальная реклама — информация, направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства. Отличие: социальная реклама не преследует коммерческих целей, не продвигает товары или услуги для получения прибыли.

44. Чем вывеска отличается от рекламы по Руководству ФАС России?

Ответ: Вывеска содержит обязательную информацию о режиме работы, профиле организации, месте нахождения. Она не преследует цели продвижения товаров. Реклама направлена на привлечение внимания и формирование интереса к объекту рекламирования. Разграничение осуществляется ФАС в каждом конкретном случае.

45. Назовите основные нормативные правовые акты, регулирующие рекламную деятельность в Российской Федерации (не менее 4).

Ответ: ФЗ от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». ФЗ от 24.06.2025 № 168-ФЗ (требования к русскому языку в рекламе). ФЗ от 27.10.2025 № 393-ФЗ (реклама тонизирующих напитков). КоАП РФ (ст. 14.3). Постановление Правительства РФ от 30.06.2021 № 1073 (госконтроль). Приказ Роскомнадзора от 25.03.2025 № 68 (идентификатор рекламы).

46. Что такое ненадлежащая реклама? Какие два основных вида ненадлежащей рекламы выделяет Закон о рекламе (ст. 5)? *Ответ: Ненадлежащая реклама — реклама, не соответствующая требованиям законодательства. Два вида: 1) недобросовестная реклама (порочит репутацию, содержит некорректные сравнения, вводит в заблуждение); 2) недостоверная реклама (содержит не соответствующие действительности сведения о товаре, цене, сертификатах и т.д.).*

47. Чем недобросовестная реклама отличается от недостоверной? Приведите по одному примеру. *Ответ: Недобросовестная реклама связана с некорректным поведением по отношению к конкурентам (например: «Наш порошок лучше, чем "Тайд"» без доказательств). Недостоверная реклама содержит ложные факты (например: «Товар сертифицирован», хотя сертификата нет).*

48. Какие требования к рекламе безалкогольных тонизирующих напитков (энергетиков) установлены Федеральным законом от 27.10.2025 № 393-ФЗ? (Новелла 2026 года). *Ответ: Запрет обращения к несовершеннолетним. Запрет информации о содержании витаминов и БАД. Обязательное предупреждение о вреде чрезмерного потребления (на ТВ — не менее 5 секунд, 7% площади кадра).*

49. Какие требования к использованию иностранных слов в рекламе установлены с 1 марта 2026 года (Федеральный закон от 24.06.2025 № 168-ФЗ)? *Ответ: Иностранные слова в рекламе допускаются только при наличии перевода на русский язык. Запрещены одиночные русифицированные версии иностранных слов, отсутствующих в словарях русского языка (например, «бьюти», «кэжуал»). Нарушение влечет ответственность по ст. 14.3 КоАП РФ.*

50. Каковы особенности распространения рекламы в сети «Интернет»? Что такое идентификатор рекламы?

Ответ: Реклама в Интернете должна быть маркирована словом «Реклама» с указанием рекламодателя. Идентификатор рекламы — уникальный код, присваиваемый в соответствии с Приказом Роскомнадзора от 25.03.2025 № 68. Обязательные отчисления регулируются Постановлением Правительства РФ от 15.08.2025 № 1224.

51. Какая статья КоАП РФ устанавливает ответственность за нарушение законодательства о рекламе? Каковы размеры штрафов для различных субъектов?

Ответ: Ст. 14.3 КоАП РФ. Размеры штрафов: физические лица: 2 000 – 2 500 руб.; должностные лица: 4 000 – 20 000 руб.; юридические лица: 100 000 – 500 000 руб.

52. Какие меры ответственности (помимо штрафа) вправе применить ФАС России при выявлении ненадлежащей рекламы?

Ответ: ФАС вправе: выдать предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы, выдать предписание об отзыве рекламы, обратиться в суд с иском о признании рекламы ненадлежащей, наложить административный штраф (ст. 14.3 КоАП РФ).

53. Каков порядок привлечения к ответственности за распространение ненадлежащей рекламы? Перечислите основные этапы.

Ответ: Обнаружение ФАС России признаков нарушения - Возбуждение дела о нарушении законодательства о рекламе - Рассмотрение дела и вынесение решения -Выдача предписания о прекращении нарушения (при наличии) - Составление протокола об административном правонарушении (ст. 14.3 КоАП РФ) - Вынесение постановления о назначении административного наказания - Контроль исполнения предписания.

54. В чем заключается двойственный характер инвестиций?

55. Каковы две стадии движения инвестиций?

56. Что такое инвестиционный цикл?

57. Каковы ключевые признаки инвестора как субъекта инвестиционной деятельности?

58. Какие виды иностранных инвесторов предусмотрены законодательством?

59. В чем различие между ограничительными и стимулирующими изъятиями для иностранных инвесторов?

60. Каковы основные формы и методы государственного регулирования инвестиционной деятельности?

Критерии оценки ответа на теоретические вопросы

Оценка	Критерий оценки
«5» (отлично)	обучающийся демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминологией, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы
«4» (хорошо)	обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания, владеет терминологией, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем
«3» (удовлетворительно)	обучающийся демонстрирует неглубокие теоретические знания, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает недостаточно свободное владение монологической речью, терминологией, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем
«2» (неудовлетворительно)	обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ предмета, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминологией, проявляет отсутствие логичности и последовательностью изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на занятия

2.2. Практические задачи по дисциплине ОП.09 Правовые основы обеспечения конкуренции, надлежащей рекламы и инвестиционного регулирования

Задача 1

В городе Н. работает только одна хлебопекарня. Она подняла цену на хлеб с 40 до 80 рублей за буханку. Других производителей хлеба в городе нет. Как квалифицируются такие действия? Какой орган должен вмешаться?

Ответ: Это злоупотребление доминирующим положением (монопольно высокая цена). Вмешаться должна ФАС России.

Задача 2

Компания «Ромашка» распространила информацию, что у конкурента — компании «Лютик» — продукция просрочена и опасна для здоровья. Эта информация оказалась ложной. Какое правонарушение совершила компания «Ромашка»?

Ответ: Недобросовестная конкуренция в форме дискредитации конкурента (ст. 14 ФЗ № 135-ФЗ).

Задача 3

На рынке смартфонов работают 5 крупных производителей: Apple, Samsung, Xiaomi, Huawei, Google. Их совокупная доля — 85% рынка. Как называется такой тип рынка? Обоснуйте ответ.

Ответ: Олигополия (несколько крупных фирм контролируют большую часть рынка, высокие барьеры входа).

Задача 4

Фермер Иванов продает на рынке помидоры. Рядом с ним еще 20 фермеров продают такие же помидоры по примерно одинаковой цене. Никто не может поднять цену выше рыночной, потому что покупатели уйдут к соседям. К какому типу конкуренции близка эта ситуация?

Ответ: Совершенная конкуренция (много продавцов, однородный товар, никто не влияет на цену).

Задача 5

Компания, владеющая сетью водопровода в городе, повысила тарифы для населения на 50%, объяснив это ростом затрат. Государство посчитало повышение необоснованным. Почему государство контролирует цены таких компаний?

Ответ: Это естественная монополия (водоснабжение). У потребителей нет альтернативы, поэтому государство обязано контролировать тарифы, чтобы не допустить злоупотреблений.

Задача 6

Три крупные строительные компании тайно договорились не снижать цены на жилье в новостройках ниже 150 тысяч рублей за квадратный метр. Как называется такое соглашение с точки зрения антимонопольного законодательства? Какая ответственность грозит?

Ответ: Картельный сговор (картель). Грозит административная ответственность (оборотные штрафы до 15–25% выручки) и уголовная ответственность (ст. 178 УК РФ).

Задача 7

Интернет-магазин «Столичный» скопировал дизайн сайта и товарный знак магазина «Провинциальный», изменив одну букву, и стал продавать похожие товары. Покупатели путаются. Какая форма недобросовестной конкуренции здесь присутствует?

Ответ: Смешение (незаконное использование средств индивидуализации — товарного знака и фирменного стиля).

Задача 8

Маркетплейс «Товарыч» обязал всех продавцов использовать только его службу доставки, хотя другие службы предлагают цены в 2 раза ниже. Продавцы боятся отключения от платформы. Нарушает ли маркетплейс закон? Если да, то какой орган рассматривает такие дела?

Ответ: Да, нарушает (навязывание невыгодных условий контрагентам, злоупотребление доминирующим положением цифровой платформы). Дело рассматривает ФАС России в рамках «Пятого антимонопольного пакета».

Задача 9

В городе работают 4 оператора сотовой связи. Один из них (лидер рынка) объявил о снижении тарифов. В течение недели остальные три оператора тоже снизили тарифы до того же уровня. Как называется такая ситуация в олигополии?

Ответ: Ценовое лидерство (принцип лидера цен).

Задача 10

Предприниматель Сидоров хочет открыть свой бизнес по перевозке пассажиров в метро. Ему объяснили, что это невозможно, так как метро — естественная монополия. Почему государство не разрешает конкуренцию в метро?

Ответ: Метро — естественная монополия. Построить две параллельные линии метро экономически нецелесообразно и технически сложно. Государство оставляет одного поставщика, но контролирует цены и качество услуг.

Задача 11 (определение продуктовых границ товарного рынка)

В городе N работают три производителя:

ООО «Молоко» продает пастеризованное молоко 2,5% жирности за 80 руб./литр.

ООО «Кефирный цех» продает кефир 2,5% жирности за 85 руб./литр.

ИП Петров продает топленое молоко 4% жирности за 120 руб./литр.

Можно ли признать эти три товара одним товарным рынком по критерию взаимозаменяемости?

Ответ: обоснуйте.

Ответ: Нет, нельзя. Пастеризованное молоко, кефир и топленое молоко не являются взаимозаменяемыми товарами с точки зрения потребительских свойств (разный вкус, жирность, способ обработки). Антимонопольный орган проводит опрос потребителей для определения взаимозаменяемости (п. 2.2 Порядка анализа конкуренции). Только идентичные или функционально заменяемые товары образуют один товарный рынок.

Задача 12 (расчет доли на товарном рынке)

На рынке строительных услуг города Z работают: ООО «СтройМастер» – выручка 50 млн руб., ООО «СтройГарант» – выручка 30 млн руб., ИП Сидоров – выручка 10 млн руб., ООО «Монолит» – выручка 10 млн руб., Общий объем рынка – 100 млн руб. Какова доля ООО «СтройМастер» на рынке? Доминирующим ли является положение ООО «СтройМастер»? Почему?

Ответ: Доля = $(50 \text{ млн} / 100 \text{ млн}) \times 100\% = 50\%$. Положение предполагается доминирующим, так как доля превышает 50% (ч. 1 ст. 5 Закона о защите конкуренции). Однако это опровержимая презумпция – «СтройМастер» может доказывать, что не оказывает решающего влияния на рынок.

Задача 13 (доминирует или нет? Анализ порогов)

На рынке хлебобулочных изделий города N доли хозяйствующих субъектов составляют: АО «Хлебозавод №1» – 48%, ООО «Пекарня №2» – 27%, ИП Петрова – 15%, ИП Иванова – 10%. Доминирует ли АО «Хлебозавод №1»? Ответ обоснуйте со ссылкой на закон.

Ответ: Доля АО «Хлебозавод №1» – 48% (находится в диапазоне от 35% до 50%). В этом случае доминирующее положение не предполагается, а доказывается антимонопольным органом (п. 3 ч. 1 ст. 5 Закона о защите конкуренции). АО не является доминирующим, пока ФАС не докажет иное.

Задача 14 (коллективное доминирование (три условия))

На рынке такси города M: ООО «Старт» – 35%, ООО «Быстро» – 30%, ООО «Комфорт» – 20%, остальные – 15%. Совокупная доля трех компаний – 85%. Доли стабильны более года. Вход новых игроков на рынок затруднен из-за необходимости получать лицензию. Рост цены на 10% не снизил спрос. Можно ли признать ООО «Старт», «Быстро» и «Комфорт» коллективно доминирующими? Назовите три условия, которые для этого необходимы.

Ответ: Да, можно. Необходимы три условия (п. 3 ч. 1 ст. 5 Закона о защите конкуренции): Совокупная доля трех субъектов превышает 50% (в данном случае 85%). Доли стабильны в течение длительного периода (более года) и вход на рынок затруднен. Товар не является взаимозаменяемым, рост цены не снижает спрос.

Задача 15 (координация или согласованные действия?)

Торговая ассоциация «Союз ритейлеров» (некоммерческая организация, не осуществляющая торговую деятельность) разослала своим членам – продуктовым магазинам – письмо с рекомендацией повысить цены на молоко с 1 апреля до 100 руб./литр. Все магазины последовали этой рекомендации. Как квалифицируются действия ассоциации? Назовите состав правонарушения.

Ответ: Действия квалифицируются как координация экономической деятельности (п. 14 ст. 4, ч. 5 ст. 11 Закона о защите конкуренции). Признаки: ассоциация – третье лицо (не входит в группу лиц с магазинами, не осуществляет торговую деятельность), согласование действий хозяйствующих субъектов привело к росту цен (ограничение конкуренции).

Задача 16 (отличие координации от согласованных действий)

Два конкурирующих производителя цемента – ООО «Цемент-А» и ООО «Цемент-Б» – одновременно и без предварительной договоренности повысили цену на 15% после того, как оба заметили увеличение спроса. Является ли это координацией? Является ли это согласованными действиями? Ответ обоснуйте.

Ответ: Это не координация (нет координатора – третьего лица). Это согласованные действия (п. 18 ст. 4 Закона о защите конкуренции), если действия совершены на товарном рынке, не являются результатом объективных рыночных причин (например, роста спроса на продукцию) и соответствуют интересам каждого субъекта. Однако, если повышение вызвано объективным ростом спроса, нарушения может и не быть.

Задача 17 (реестр ФАС и правовое значение включения)

ООО «ТехноСервис» включено в Реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке более 35%. Означает ли это автоматическое признание ООО «ТехноСервис» доминирующим? Ответ обоснуйте.

Ответ: Нет, не означает. Включение в Реестр не является необходимым условием для признания доминирующего положения (ст. 23 Закона о защите конкуренции). Доминирование устанавливается антимонопольным органом в каждом конкретном случае на основе анализа состояния конкуренции. Реестр выполняет информационную функцию для целей контроля.

Задача 18 (анализ состояния конкуренции при координации)

ФАС России возбудила дело по признакам координации экономической деятельности (ч. 5 ст. 11 Закона о защите конкуренции). Обязана ли ФАС проводить анализ состояния конкуренции (определять продуктовые и географические границы товарного рынка) в рамках этого дела?

Ответ: Да, обязана (актуальная практика ФАС 2025–2026 гг.). Ранее считалось, что анализ не требуется, однако теперь для квалификации координации необходимо: установить продуктовые и географические границы рынка; определить наличие конкурентных отношений между координируемыми субъектами; выявить угрозу ограничения, недопущения или устранения конкуренции.

Задача 19 (санкции за координацию)

ФАС установила, что генеральный директор ООО «СтройЛидер» лично дал указания конкурентам (не входящим с ним в группу лиц) согласовать цены на аукционе. Действия привели к повышению цен на 20%. Кто и в каком порядке будет привлечен к административной ответственности по ст. 14.32 КоАП РФ?

Ответ: Юридическое лицо (ООО «СтройЛидер») – штраф по ч. 2 ст. 14.32 КоАП РФ (координация экономической деятельности, недопустимая в соответствии с антимонопольным законодательством). Должностное лицо (генеральный директор) – штраф по ч. 2 ст. 14.32 КоАП РФ (как должностное лицо). Физическое лицо без статуса ИП и не являющееся должностным лицом – не может быть привлечено по ст. 14.32 КоАП РФ (санкции для физических лиц данной статьей не предусмотрены).

Задача 20 (координация и саморегулируемые организации (СРО))

Саморегулируемая организация «Строительный союз» установила для своих членов вступительный взнос в размере 5 млн руб. и обязательное требование о наличии пятилетнего стажа работы в строительной отрасли для приема в СРО. Могут ли эти действия СРО быть квалифицированы как координация экономической деятельности?

Ответ: Да, могут. Ранее существовавшее исключение для СРО (прямо указанное в законе) было исключено из Закона о защите конкуренции. Теперь действия СРО по установлению условий доступа на рынок подпадают под запрет координации, если они приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции (ч. 5 ст. 11). Высокий взнос и необоснованное требование о стаже создают барьеры входа на рынок.

Задача 21 (квалификация картеля)

АО «СтройИнвест» и ООО «МонолитПлюс» участвуют в аукционе. Они заключают устное соглашение: АО «СтройИнвест» отказывается от торгов за вознаграждение в 15% от цены контракта. В результате ООО «МонолитПлюс» становится единственным участником и получает контракт по начальной цене. Какая норма Закона о защите конкуренции нарушена?

Ответ: Нарушен п. 2 ч. 1 ст. 11 Закона о защите конкуренции — запрет на повышение, снижение или поддержание цен на торгах (также может квалифицироваться как иной вид картеля — «отказ от участия в торгах» по аналогии с п. 2 ч. 1 ст. 11).

Задача 22 (вертикальное соглашение)

Производитель смартфонов ООО «ТехноМир» (доля рынка 25%) обязал дистрибьютора ООО «Эльдорадо» (доля рынка 15%) не продавать смартфоны конкурента и установил минимальную цену перепродажи 50 000 руб. Какие два нарушения, предусмотренные ч. 2 ст. 11 Закона о защите конкуренции, допущены в соглашении?

Ответ: Установление минимальной цены перепродажи товара (нарушение п. 1 ч. 2 ст. 11). Обязательство покупателя не продавать товар конкурента продавца (нарушение п. 2 ч. 2 ст. 11).

Задача 23 (допустимость соглашения)

Три компании (доли на рынке: 8%, 5%, 4%, суммарная выручка — 750 млн руб.) заключили соглашение о совместной деятельности. Может ли данное соглашение быть признано допустимым по ст. 12 Закона о защите конкуренции? Если да, то какое дополнительное условие требуется?

Ответ: Да, может, так как доминирующее положение не признается (доли менее 35% и 50% соответственно) и выручка менее 800 млн руб. Однако дополнительно требуется предварительное согласие антимонопольного органа (ч. 10 ст. 11, гл. 7 Закона).

Задача 24 (согласованные действия)

Три аптеки одновременно (в течение недели) повысили цены на жизненно важный препарат с 800 до 1200 руб. при неизменных издержках. Переписка не обнаружена. Можно ли квалифицировать как согласованные действия? Назовите два признака из ст. 8 Закона о защите конкуренции.

Ответ: Да, можно. Признаки: 1) действия совершены на товарном рынке одновременно и единообразно; 2) отсутствуют объективные причины для такого поведения (издержки не изменились).

Задача 25 (дискредитация)

ООО «Здоровье» распространило в социальных сетях информацию о том, что продукция конкурента — ООО «Вита» — содержит вредные консерванты, не указанные в маркировке. Данная информация не соответствовала действительности. В результате ООО «Вита» потеряло 30% покупателей. Вопрос: Квалифицируйте действия ООО «Здоровье». Какая форма недобросовестной конкуренции нарушена?

Ответ: Нарушена ст. 14.1 Закона о защите конкуренции — запрет на недобросовестную конкуренцию путем дискредитации (распространение ложных сведений, причинивших убытки конкуренту).

Задача 26 (введение в заблуждение)

ООО «Молоко» разместило на упаковке своего продукта надпись «Сделано по ГОСТу», хотя на самом деле продукт производился по техническим условиям (ТУ) и не соответствовал требованиям ГОСТ. Необходимо произвести квалификацию: какая форма недобросовестной конкуренции нарушена? Какой объект введения в заблуждение указан в ст. 14.2?

Ответ: Нарушена ст. 14.2 — введение в заблуждение относительно качества и потребительских свойств товара (способа и условий его изготовления).

Задача 27 (некорректное сравнение)

ИП Петров разместил рекламу: «Мой шашлык — самый вкусный в городе! Лучший выбор для настоящих гурманов!» При этом сравниваемые характеристики и параметры с другими хозяйствующими субъектами не указаны, объективного подтверждения превосходству нет. Квалифицируйте действия. Какая форма недобросовестной конкуренции нарушена? Какой пункт ст. 14.3 применен?

Ответ: Нарушена ст. 14.3 — некорректное сравнение путем использования слов «самый», «лучший» без указания конкретных характеристик и без объективного подтверждения (п. 1 ст. 14.3).

Задача 28 (копирование до степени смешения)

ООО «Бриз» выпустило лимонад в бутылке, форма, этикетка и цветовая гамма которой до степени смешения напоминали дизайн бутылки лимонада конкурента — ООО «Родник», являющийся узнаваемым на рынке. Функциональное назначение бутылки не требовало именно такой формы. Квалифицируйте действия. Какая форма недобросовестной конкуренции нарушена?

Ответ: Нарушена ст. 14.6 — запрет на недобросовестную конкуренцию путем копирования внешнего вида товара до степени смешения.

Задача 29 (использование интеллектуальной собственности)

ИП Сидоров подал заявку на регистрацию товарного знака «Аленушка» для кондитерских изделий, зная, что ООО «Сластена» уже 5 лет использует этот же товарный знак на том же рынке без регистрации. После регистрации ИП Сидоров потребовал от ООО «Сластена» прекратить использование знака. Квалифицируйте действия ИП Сидорова. Какая форма недобросовестной конкуренции нарушена?

Ответ: Нарушена ст. 14.4 — недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средство индивидуализации (товарный знак) с целью причинения вреда конкуренту.

Задача 30 (определение необходимости предварительного согласия)

Три учредителя планируют создать ООО «СтройГрупп». Суммарная балансовая стоимость активов учредителей составляет 2,5 млрд руб., суммарная выручка за последний календарный год — 5,8 млрд руб. Никто из учредителей не включен в Реестр. Требуется ли предварительное согласие ФАС России на создание данной организации?

Ответ: Не требуется, так как ни один из порогов не превышен: активы — менее 3 млрд руб., выручка — менее 6 млрд руб., учредители не включены в Реестр.

Задача 31 (квалификация уголовно наказуемого деяния)

Группа компаний заключила картельное соглашение на торгах, в результате которого извлекла доход в размере 90 млн руб. без вычета расходов. Следственные органы квалифицируют деяние как уголовно наказуемое. Какая часть ст. 178 УК РФ будет применена? Обоснуйте ответ.

Ответ: Ч. 1 ст. 178 УК РФ, так как доход превышает крупный размер (80 млн руб.), но не достигает особо крупного (395 млн руб.). Максимальное наказание — до 4 лет лишения свободы.

Задача 32 (определение необходимости последующего уведомления)

АО «ТехноСервис» (активы — 180 млн руб.) присоединяется к ООО «СтройИнвест» (активы — 50 млн руб.). Суммарная стоимость активов — 230 млн руб. Требуется ли последующее уведомление антимонопольного органа о слиянии?

Ответ: Да, требуется, так как суммарная стоимость активов превышает 200 млн руб. Уведомление должно быть направлено в ФАС в 45-дневный срок с момента совершения действий.

Задача 33 (соотношение мер ответственности)

ФАС выявила картельное соглашение. В отношении компании возбуждено дело об административном правонарушении по ст. 14.32 КоАП РФ (оборотный штраф). ФАС также требует взыскать в федеральный бюджет весь доход, полученный от картеля. Правомерно ли требование ФАС о взыскании дохода при параллельном привлечении к административной ответственности?

Ответ: Нет, неправомерно. Взыскание дохода и штраф являются мерами публичной ответственности за одни и те же нарушения. Применение их одновременно недопустимо.

Задача 34 (квалификация действий организатора картеля)

Руководитель отдела закупок ООО «СтройГрупп» организовал картельное соглашение с тремя конкурентами на торгах. Общий доход от картеля составил 400 млн руб. Какая часть ст. 178 УК РФ подлежит применению к руководителю? Какое дополнительное наказание может быть назначено?

Ответ: Ч. 2 ст. 178 УК РФ — деяние совершено лицом с использованием своего служебного положения, доход в особо крупном размере (свыше 395 млн руб.). Дополнительное наказание — лишение права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до 3 лет.

Задача 35 (определение рекламы)

На здании магазина размещена вывеска с текстом: «Продукты. Режим работы: круглосуточно». Рядом на отдельном баннере: «Акция! Скидка 20% на всю молочную продукцию до 31 мая». Является ли вывеска «Продукты. Режим работы: круглосуточно» рекламой? Ответ обоснуйте. Является ли баннер со скидкой рекламой? Ответ обоснуйте.

Ответ: Вывеска не является рекламой. Она содержит обязательную информацию о режиме работы и профиле организации в соответствии с Законом о защите прав потребителей. Отсутствует цель продвижения товара. Баннер является рекламой, так как содержит

информацию, направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования (молочная продукция), адресован неопределенному кругу лиц и преследует цель продвижения товара (скидка стимулирует покупку).

Задача 36 (субъекты рекламных отношений (распределение ролей))

ООО «Молоко» заказало рекламному агентству «Креатив» разработку видеоролика для показа на телеканале «Первый». Ролик был создан и размещен в эфире. В ролике прозвучала фраза: «Наше молоко — лучшее в городе!» с упоминанием магазина «Продукты». Определите, кто в данной ситуации является: рекламодателем; рекламопроизводителем; рекламораспространителем.

Ответ: Рекламодатель - ООО «Молоко» (изготовитель товара, определивший объект рекламирования). Рекламопроизводитель - агентство «Креатив» (привело информацию в готовую форму). Рекламораспространитель - телеканал «Первый» (осуществил распространение рекламы).

Задача 37 (социальная реклама (отличие от коммерческой))

На городских билбордах размещены два сообщения: «Купите машину в автосалоне "АвтоМир" – низкие цены!». «Пристегни ремень безопасности – сохрани жизнь!». Какое из сообщений является социальной рекламой? Почему?

Ответ: Социальной рекламой является сообщение № 2. Оно направлено на достижение общественно полезной цели (безопасность дорожного движения), не преследует коммерческих целей, адресовано неопределенному кругу лиц. Сообщение № 1 – коммерческая реклама, так как направлена на продвижение конкретного товара (машины) и продавца.

Задача 38 (недобросовестная реклама)

В рекламе стирального порошка «Белый медведь» говорится: «Наш порошок отстирывает любые пятна в 2 раза лучше, чем порошок "Ласка"». При этом никаких исследований или доказательств не приводится. Компания – производитель «Ласки» обратилась с жалобой в ФАС. Признаки какого вида ненадлежащей рекламы усматриваются в данном случае? Ответ обоснуйте со ссылкой на Закон о рекламе.

Ответ: Усматриваются признаки недобросовестной рекламы (п. 2 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе). Реклама содержит некорректное сравнение с конкретным конкурентом («Ласка») без подтверждения заявленного преимущества, что порочит деловую репутацию конкурента.

Задача 39 (недостоверная реклама)

В рекламном ролике мобильного оператора «Связь+» утверждается: «Безлимитный интернет за 300 рублей в месяц. Без скрытых условий и ограничений». Однако в договоре оказалось, что после 10 ГБ скорость снижается до 64 кбит/сек. Квалифицируйте данную рекламу. Какое требование закона нарушено?

Ответ: Это недостоверная реклама (п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе). Сведения о цене и условиях приобретения товара не соответствуют действительности. Нарушено требование о достоверности рекламы.

Задача 40 (реклама энергетиков (новелла 2026 года))

Рекламный ролик безалкогольного тонизирующего напитка «Энергия» содержит текст: «Пейте "Энергию" – и весь день вы полны сил! Наш напиток содержит витамин С и экстракт женьшеня. Рекомендовано для активных молодых людей 18+». Соответствует ли данная реклама требованиям Федерального закона от 27.10.2025 № 393-ФЗ? Если нет, какие нарушения допущены?

Ответ: Не соответствует. Нарушения: Запрет информации о БАД и витаминах – указание на содержание витамина С и экстракта женьшеня не допускается. Запрет обращения к несовершеннолетним – словосочетание «молодые люди» может восприниматься как обращение к лицам до 18 лет. Отсутствует обязательное предупреждение о вреде чрезмерного потребления (должно быть не менее 5 секунд на ТВ).

Задача 41 (иностранные слова в рекламе (новелла 2026 года))

На фасаде салона красоты размещена вывеска: «Beauty Studio. Салон красоты». Рядом – баннер: «Big Sale! Скидки до 50% на все услуги». С 1 марта 2026 года вступил в силу Федеральный закон № 168-ФЗ о требованиях к использованию русского языка. Есть ли нарушения в данной ситуации? Ответ обоснуйте.

Ответ: Нарушения есть. «Beauty Studio» – иностранное слово без перевода на русский язык на вывеске. Допустимо при наличии перевода: «Beauty Studio (Студия красоты)» (если это не товарный знак). «Big Sale» – иностранное слово без перевода. Запрещено. Правильно: «Big Sale (Большая распродажа)»
или только русский вариант.
Ответственность по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Задача 42 (реклама азартных игр (новелла 2026 года)) Организатор азартных игр «Фортуна» осуществил SMS-рассылку следующего содержания: «Привет! Играй в "Фортуне" – первый депозит +100%! Успей!» Получатель – гражданин Петров, который год назад написал заявление о самоисключении из азартных игр и включен в соответствующий реестр. Нарушены ли требования законодательства о рекламе? Если да, то кем и какие именно?

Ответ: Нарушены. Согласно изменениям, внесенным в ст. 27 Закона о рекламе (одобрены Советом Федерации 18.02.2026), не допускается направление рекламы азартных игр физическому лицу, информация о котором включена в перечень лиц, отказавшихся от участия в азартных играх. Нарушитель – организатор азартных игр «Фортуна».

Задача 43 (разграничение вывески и рекламы (руководство ФАС)) На здании кафе размещены следующие элементы: крупная надпись «Coffee House» (без перевода); меню с ценами на входной двери; баннер «У нас самый вкусный кофе в городе!»; режим работы «Пн-Вс 8:00-22:00». Используя Руководство ФАС по разграничению вывески и рекламы, определите, какие элементы являются рекламой, а какие – вывеской (обязательной информацией).

Ответ:

Элемент	Статус	Обоснование
«Coffee House»	Нарушение	Иностранное слово без перевода (ФЗ № 168-ФЗ)
Меню с ценами	Вывеска	Обязательная информация (Закон о защите прав потребителей)
«У нас самый вкусный кофе в городе»	Реклама	Оценочное утверждение, цель продвижения
Режим работы	Вывеска	Обязательная информация

Задача 44 (ответственность за ненадлежащую рекламу (расчет штрафа))

ФАС России установила, что ООО «СтройКомфорт» распространяло рекламу жилого комплекса «Золотые ключи», в которой указывалась недостоверная информация о сроках сдачи дома (указано: «Сдача в 4 квартале 2025 года», тогда как разрешение на ввод получено только в марте 2026 года). Ранее Общество к ответственности за аналогичные нарушения не привлекалось. Выручка ООО «СтройКомфорт» за год, предшествующий нарушению, составила 50 млн руб. Рассчитайте размер административного штрафа для юридического лица по ст. 14.3 КоАП РФ. Какой диапазон штрафа предусмотрен для данной категории лиц?

Ответ: По ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ штраф для юридических лиц составляет от 100 000 до 500 000 руб. Конкретный размер определяется ФАС с учетом смягчающих и отягчающих обстоятельств. В данном случае отсутствие повторности – смягчающее обстоятельство. Штраф может составить, например, 150 000 – 200 000 руб. (решение принимает орган).

Задача 45

Компания «Росатом» передала индийской АЭС «Куданкулам» лицензию на использование российских технологий безопасности. В качестве какого вида инвестиций выступает лицензия? Какой закон регулирует подобные инвестиции?

Ответ: Нематериальный актив (имущественные права). Федеральный закон № 39-ФЗ.

Задача 46

«Северсталь» направила 120 млрд рублей на строительство цеха и 15 млрд рублей на покупку 15% акций производителя сырья. Назовите два разных объекта инвестиционной деятельности.

Ответ: 1) Основной капитал. 2) Ценные бумаги (акции).

Задача 47

Пенсионный фонд России вложил средства граждан в государственные облигации. Является ли ПФР инвестором? С какой целью?

Ответ: Да. Цель — иной полезный эффект (сохранение и прирост пенсионных накоплений), а не прибыль.

Задача 48

Иностранный фонд DWS приобрел 1% акций Сбербанка и не участвует в управлении. Стратегический или портфельный инвестор? Почему?

Ответ: Портфельный (доля менее 5-10%, цель — дивиденды, без контроля).

Задача 49

Гражданин Франции открыл сыроварню под Рязанью. Подпадает ли он под определение иностранного инвестора по Закону № 160-ФЗ? Какой вид?

Ответ: Да. Иностранный гражданин.

Задача 50

Китайская CNNC хотела прямой доступ к урановому месторождению, но ей разрешили только СП с долей РФ не менее 51%. Как называется такое изъятие?

Ответ: Ограничительное изъятие.

Задача 51

Французская Danone зафиксировала ставку налога на прибыль 20% на 7 лет. Какая правовая гарантия использована? Как называется?

Ответ: «Дедушкина оговорка» (стабилизационная оговорка), ст. 9 Закона № 160-ФЗ.

Задача 52

Минфин РФ выделил 1,5 трлн рублей на строительство трассы М-12. В роли кого выступает государство (инвестор, заказчик, пользователь)?

Ответ: Инвестора.

Задача 53

«Полюс» заключил с Роснедрами соглашение о разработке месторождения, обязавшись вложить не менее 200 млрд рублей за 5 лет. Какой уровень правового регулирования (законодательный, подзаконный, локальный)?

Ответ: Локальный (конкретное лицензионное соглашение).

2.3. Тестовые задания

№ п/п	Содержание вопроса	Правильный ответ	Коды проверяемых У, З и В
1	Какой орган власти осуществляет антимонопольное регулирование в Российской Федерации? а) Министерство экономического развития б) Федеральная налоговая служба в) Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) г) Министерство юстиции	в)	У: У-1.1, У-2.1, У-3.7 З: З-1.1, З-3.1 В: В-П1.1.1
2	Какая ситуация на рынке называется монополией? а) много продавцов и много покупателей б) один продавец уникального товара, у которого нет заменителей в) несколько продавцов делят рынок г) отсутствие продавцов	б)	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
3	Выберите характеристики конкуренции (несколько ответов): 1) соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства 2) соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия купли и продажи товаров 3) соперничество между участниками рыночного хозяйства за получение максимального результата 4) действиями каждого хозяйствующего субъекта на рынке исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке 5) это саморегулирующий элемент рынка	1, 2, 4, 5	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
4	Какое определение конкуренции закреплено в законе Российской Федерации от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»: 1) соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства 2) соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия купли и продажи товаров 3) соперничество между участниками рыночного хозяйства за получение максимального результата 4) действиями каждого хозяйствующего субъекта на рынке исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке	4)	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-1.1, З-П1.1.1 В: В-П1.1.1

№ п/п	Содержание вопроса	Правильный ответ	Коды проверяемых У, З и В
5	Что из перечисленного является формой недобросовестной конкуренции? а) снижение цен на товары б) улучшение качества продукции в) распространение ложных сведений о конкуренте г) расширение ассортимента	в)	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.1.3 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
6	Какие признаки характерны для рынка совершенной конкуренции? (Выберите 3 правильных ответа) а) очень много продавцов и покупателей б) один продавец диктует цену в) нет барьеров для входа на рынок г) товары однородные (одинаковые) д) продавцы вступают в тайные сговоры о ценах е) покупатели не имеют информации о ценах	а, в, г	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
7	Какие формы недобросовестной конкуренции предусмотрены статьей 14 ФЗ № 135-ФЗ? (Выберите 3 правильных ответа) а) дискредитация конкурента б) снижение цен в рамках распродажи в) введение потребителей в заблуждение г) открытие нового филиала д) смешение (подделка товарного знака конкурента) е) улучшение упаковки товара	а, в, д	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.1.3 З: З-П1.1.1, З-П1.1.2 В: В-П1.1.1
8	Соотнесите виды конкуренции по характеризующим её признакам: 1) ценовая и неценовая → А) по методам 2) в одной отрасли и в нескольких отраслях → Б) по отраслевому признаку 3) региональная, межрегиональная, международная → В) по территориальному признаку 4) добросовестная и недобросовестная → Г) по способу конкурирования участников 5) совершенная и несовершенная → Д) по соответствию законодательству	1-А, 2-Б, 3-В, 4-Д, 5-Г	У: У-1.1, У-2.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
9	Чем меньше воздействие отдельной фирмы на цену продукции, тем более _____ считается рынок.	конкурентным	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
10	Установите соответствие между типом рыночной структуры и её признаками: 1) Совершенная конкуренция → В. Много продавцов одинакового товара, никто не влияет на цену 2) Монополия → Г. Один продавец уникального товара, отсутствие заменителей 3) Олигополия → А. Несколько крупных фирм делят рынок, высокие барьеры входа 4) Монополистическая конкуренция → Б.	1-В, 2-Г, 3-А, 4-Б	У: У-1.1, У-2.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1

№ п/п	Содержание вопроса	Правильный ответ	Коды проверяемых У, З и В
	Много продавцов с дифференцированным товаром, свободный вход		
11	Установите соответствие между типом монополии и её примером: 1) Естественная монополия → Б. Метрополитен в крупном городе 2) Искусственная монополия → Г. Крупная корпорация, поглотившая всех конкурентов 3) Закрытая монополия → А. Компания, получившая патент на новое лекарство 4) Открытая монополия → В. Фирма, временно ставшая единственным продавцом новой технологии	1-Б, 2-Г, 3-А, 4-В	У: У-1.1, У-2.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1, З-П1.1.2 В: В-П1.1.1
12	Совершенная конкуренция это: 1) свободная конкуренция 2) чистая конкуренция 3) независимое функционирование на рынке многочисленных продавцов и покупателей с равными возможностями и правами 4) олигополия	1, 2, 3	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
13	Отсутствие барьеров для входа или выхода с рынка, отсутствие ограничений на количество участников рынка, однородность одноименных представленных продуктов на рынке, свободные цены, отсутствие давления, принуждения со стороны одних участников по отношению к другим, бесконечное множество равноценных продавцов и покупателей, однородность и делимость продаваемой продукции, высокая мобильность факторов производства, равный и полный доступ всех участников к информации (цены товаров) — это признаки: 1) совершенной конкуренции 2) ценовой конкуренции 3) международной конкуренции	1)	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
14	Наиболее близки к совершенной конкуренции: 1) малый бизнес (КФХ, автомастерские, строительные бригады, ателье и пр.) 2) автозаправочный бизнес 3) биржевой рынок	1)	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
15	Ценовая дискриминация — это продажа одного и того же товара _____.	по разным ценам	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1, З-П1.1.2 В: В-П1.1.1
16	Каков минимальный порог доли на товарном рынке, при превышении которого положение хозяйствующего субъекта предполагается доминирующим (опровержимая презумпция)? а) 35% б) 50% в) 70% г) 75%	б)	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.2.1 З: З-П1.1.1, З-П1.2.1 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1

№ п/п	Содержание вопроса	Правильный ответ	Коды проверяемых У, З и В
17	В каких случаях доминирующее положение не признается, даже если доля хозяйствующего субъекта превышает 35%? а) доля составляет 34,5% б) доля составляет 48%, но антимонопольный орган не доказал доминирование в) доля составляет 55%, но субъект доказал, что не оказывает решающего влияния на рынок г) доля составляет 35%, но субъект является единственным производителем товара	а, б, в	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.2.1 З: З-П1.1.1, З-П1.2.1 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
18	Какие действия хозяйствующего субъекта, занимающего доминирующее положение, признаются злоупотреблением (ст. 10 Закона о защите конкуренции)? а) установление монопольно низкой цены б) сокращение производства при наличии спроса и возможности безубыточного производства в) отказ от заключения договора с покупателем по причине отсутствия товара на складе г) навязывание контрагенту условий договора, невыгодных для него	а, б, г	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.1.3, У-П1.2.1 З: З-П1.1.1, З-П1.1.2, З-П1.2.1 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
19	Установите соответствие между порогом доли на товарном рынке и правовым статусом положения хозяйствующего субъекта по ст. 5 Закона о защите конкуренции: 1) Менее 35% → Б. Положение не может быть признано доминирующим (неопровержимая презумпция) 2) От 35% до 50% → В. Доминирование доказывается антимонопольным органом 3) Более 50% → А. Положение предполагается доминирующим (опровержимая презумпция)	1-Б, 2-В, 3-А	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.2.1 З: З-П1.1.1, З-П1.2.1 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
20	Расположите в правильной последовательности действия антимонопольного органа при выявлении координации экономической деятельности: а) вынесение решения и предписания о прекращении нарушения б) определение продуктовых и географических границ товарного рынка в) установление факта координации и наличия угрозы ограничения конкуренции г) возбуждение дела о нарушении антимонопольного законодательства	б → г → в → а	У: У-1.1, У-1.2, У-П1.1.1, У-П1.2.1 З: З-П1.1.1, З-П1.2.1 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
21	Какое из перечисленных действий НЕ является картелем по ч. 1 ст. 11 Закона о защите конкуренции? а) установление цен на товар между конкурентами б) раздел рынка по территориальному принципу в) создание совместного предприятия для научно-исследовательской работы	в)	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.1.3 З: З-П1.1.1, З-П1.1.2 В: В-П1.1.1

№ п/п	Содержание вопроса	Правильный ответ	Коды проверяемых У, З и В
	г) отказ от заключения договоров с определенными покупателями		
22	В каком случае «вертикальное» соглашение является допустимым в соответствии со ст. 12 Закона о защите конкуренции? а) если доля каждого участника на рынке не превышает 35% б) если доля каждого участника на рынке не превышает 20% в) если соглашение заключено в устной форме г) если соглашение предусматривает фиксацию минимальной цены	б)	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.2.1 З: З-П1.1.1, З-П1.1.2 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
23	Что из перечисленного является соглашением в понимании п. 18 ст. 4 Закона о защите конкуренции? а) только договор, заключенный в письменной форме нотариально б) только договор, зарегистрированный в ФАС в) договоренность как в письменной, так и в устной форме г) только рамочный договор, предусмотренный ГК РФ	в)	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.2.1 З: З-П1.1.1, З-П1.1.2 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
24	Какие виды антиконкурентных соглашений прямо перечислены в ст. 11 Закона о защите конкуренции? (Выберите все верные варианты) а) горизонтальные соглашения (картели) б) вертикальные соглашения в) соглашения с участием физических лиц-потребителей г) иные соглашения, приводящие к ограничению конкуренции	а, б, г	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.2.1 З: З-П1.1.1, З-П1.1.2 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
25	Установите соответствие между видом соглашения и его характеристикой: 1) Горизонтальное соглашение (картель) → Б. Между хозяйствующими субъектами-конкурентами на одном рынке 2) Вертикальное соглашение → А. Между продавцом и покупателем, не конкурирующими между собой 3) Соглашение с органами власти → В. Между хозяйствующим субъектом и органом власти (ст. 16)	1-Б, 2-А, 3-В	У: У-1.1, У-2.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1, З-П1.1.2 В: В-П1.1.1
26	Установите соответствие между участником антиконкурентного соглашения и видом ответственности: 1) Юридическое лицо — участник картеля → В. Обратный штраф по КоАП РФ 2) Руководитель компании-участника картеля → А. Уголовная ответственность (ст. 178 УК РФ) 3) Все участники картеля в совокупности → Б. Солидарное взыскание всего дохода в бюджет	1-В, 2-А, 3-Б	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.1.3, У-П1.2.4 З: З-П1.1.1, З-П1.2.12 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
27	Установите соответствие между видом ответственности и ее характеристикой (по	1-А, 2-Б, 3-В	У: У-1.1, У-П1.1.1,

№ п/п	Содержание вопроса	Правильный ответ	Коды проверяемых У, 3 и В
	состоянию на 2026 г.): 1) Административная → А. Штраф в размере до 50% стоимости товара 2) Уголовная → Б. Лишение свободы до 7 лет (ст. 178 УК РФ) 3) Гражданско-правовая (изъятие дохода) → В. Солидарное взыскание всей выручки по контрактам		У-П1.1.3, У-П1.2.4 З: З-П1.1.1, З-П1.2.12, З-П1.2.14 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
28	Какое определение соответствует понятию «недобросовестная конкуренция» согласно п. 9 ст. 4 Закона о защите конкуренции? а) любые действия, направленные на получение преимуществ, противоречащие законодательству б) любые действия хозяйствующих субъектов, направленные на получение преимуществ, противоречащие законодательству, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, причинившие или могущие причинить убытки конкурентам либо вред их деловой репутации в) действия только доминирующего субъекта, направленные на вытеснение конкурентов г) злоупотребление хозяйствующим субъектом своим положением на рынке	б)	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.1.3 З: З-П1.1.1, З-П1.1.2 В: В-П1.1.1
29	Какие признаки являются обязательными для признания действий недобросовестной конкуренцией? (Выберите все верные варианты) а) совершаются хозяйствующим субъектом б) направлены на получение преимуществ в) противоречат законодательству, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности г) причинили убытки государству д) причинили или могут причинить убытки конкуренту либо вред его деловой репутации	а, б, в, д	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.1.3 З: З-П1.1.1, З-П1.1.2 В: В-П1.1.1
30	Какие виды юридической ответственности предусмотрены за нарушение антимонопольного законодательства? (Выберите все верные варианты) а) дисциплинарная ответственность б) гражданско-правовая ответственность в) административная ответственность г) уголовная ответственность	б, в, г	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.1.3 З: З-П1.1.1, З-П1.2.1 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
31	Установите соответствие между формой недобросовестной конкуренции и ее признаком: 1) Дискредитация (ст. 14.1) → В. Распространение ложных сведений о конкуренте 2) Введение в заблуждение (ст. 14.2) → А. Объект — качество и потребительские	1-В, 2-А, 3-Б	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.1.3 З: З-П1.1.1, З-П1.1.2 В: В-П1.1.1

№ п/п	Содержание вопроса	Правильный ответ	Коды проверяемых У, З и В
	свойства собственного товара 3) Некорректное сравнение (ст. 14.3) → Б. Использование слов «самый», «лучший», «первый» без подтверждения		
32	Расположите в правильном порядке стадии государственного контроля в зависимости от стадии проверки: а) последующий контроль б) текущий контроль в) предварительный контроль	в → б → а	У: У-1.1, У-1.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
33	Что из перечисленного НЕ является обязательным признаком рекламы по ст. 3 Закона о рекламе? а) Информация распространена любым способом б) Информация адресована неопределенному кругу лиц в) Информация содержит указание цены товара г) Информация направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования	в)	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
34	Кто является рекламодателем по смыслу Закона о рекламе? а) лицо, осуществляющее распространение рекламы б) лицо, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы в) лицо, приводящее информацию в готовую форму г) лицо, потребляющее рекламу	б)	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
35	Социальная реклама направлена на достижение: а) коммерческой прибыли рекламодателя б) увеличения доли рынка рекламодателя в) благотворительных и иных общественно полезных целей г) повышения узнаваемости бренда	в)	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
36	Какие из перечисленных субъектов являются участниками рекламных отношений по Закону о рекламе? 1) рекламодатель 2) налоговый орган 3) рекламораспространитель 4) рекламопроизводитель 5) потребители рекламы 6) полиция	1, 3, 4, 5	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
37	Установите соответствие между субъектом рекламных отношений и его функцией: 1) Рекламодатель → Б. Определяет объект и содержание рекламы 2) Рекламопроизводитель → В. Приводит информацию в готовую форму 3) Рекламораспространитель → А. Распространяет рекламу любым способом	1-Б, 2-В, 3-А	У: У-1.1, У-2.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1

№ п/п	Содержание вопроса	Правильный ответ	Коды проверяемых У, З и В
38	Установите соответствие между видом рекламы и ее характеристикой: 1) Спонсорская реклама → Б. Распространяется с обязательным упоминанием о лице, предоставившем средства 2) Социальная реклама → А. Направлена на достижение общественно полезных целей 3) Политическая реклама → В. Регулируется отдельным законодательством (о выборах)	1-Б, 2-А, 3-В	У: У-1.1, У-2.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
39	Расположите в правильной последовательности этапы создания и распространения рекламы (по субъектам): а) рекламодатель размещает рекламу в СМИ б) рекламодатель определяет объект и содержание рекламы в) рекламопроизводитель создает макет (видеоролик) г) рекламодатель заключает договор с рекламным агентством	б → г → в → а	У: У-1.1, У-1.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
40	Какой вид ненадлежащей рекламы содержится в утверждении: «Наш шампунь лучше всех остальных шампуней на рынке» (без доказательств)? а) недостоверная реклама б) недобросовестная реклама в) скрытая реклама г) контрреклама	б)	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.1.3 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
41	С 1 марта 2026 года в рекламе на русском языке иностранные слова: а) запрещены полностью б) допускаются без ограничений в) допускаются только при наличии перевода на русский язык г) допускаются только в социальной рекламе	в)	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-1.1, З-3.1 В: В-П1.1.1
42	Какие требования предъявляются к рекламе безалкогольных тонизирующих напитков (энергетиков) с 1 марта 2026 года? 1) запрет обращения к несовершеннолетним 2) обязательное указание состава всех ингредиентов 3) запрет информации о содержании витаминов и БАД 4) обязательное предупреждение о вреде чрезмерного потребления 5) запрет на распространение в сети Интернет	1, 3, 4	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-1.1, З-3.1 В: В-П1.1.1
43	Какие виды рекламы признаются недобросовестными по ст. 5 Закона о рекламе? 1) реклама, содержащая некорректные сравнения с конкурентом 2) реклама, в которой нет указания цены товара 3) реклама, порочащая честь и достоинство лица	1, 3	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.1.3 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1

№ п/п	Содержание вопроса	Правильный ответ	Коды проверяемых У, З и В
	4) реклама, в которой допущена орфографическая ошибка		
44	К полномочиям ФАС России в сфере рекламы относятся: 1) выдача предписаний о прекращении нарушения 2) составление протоколов по ст. 14.3 КоАП РФ 3) утверждение ставок транспортного налога 4) обращение в суд с иском о признании рекламы ненадлежащей 5) лицензирование рекламных агентств	1, 2, 4	У: У-1.1, У-П1.1.1, У-П1.2.1 З: З-П1.1.1, З-П1.2.1 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
45	Установите соответствие между нарушением и видом ненадлежащей рекламы: 1) Указана недостоверная информация о сроке годности товара → Б. Недостоверная реклама 2) Содержится некорректное сравнение с конкурентом → А. Недобросовестная реклама 3) Отсутствует предупреждение о противопоказаниях (для лекарств) → В. Иное нарушение (не связано с добросовестностью/достоверностью)	1-Б, 2-А, 3-В	У: У-1.1, У-2.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
46	Расположите в правильной последовательности этапы привлечения к ответственности за ненадлежащую рекламу: а) вынесение постановления о назначении административного наказания б) возбуждение дела о нарушении законодательства о рекламе в) выдача предписания об отзыве или изменении рекламы г) обнаружение ФАС России признаков нарушения	г → б → в → а	У: У-1.1, У-1.2, У-П1.1.1, У-П1.2.1 З: З-П1.1.1, З-П1.2.1 В: В-П1.1.1, В-П1.2.1
47	Расположите в порядке ужесточения ответственности (от наименьшего к наибольшему) размеры административных штрафов для различных субъектов по ст. 14.3 КоАП РФ: а) юридические лица б) физические лица в) индивидуальные предприниматели и должностные лица	б → в → а	У: У-1.1, У-1.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
48	Что понимается под инвестициями как ресурсами? а) затраты на строительство б) совокупность ценностей, не использованных для текущего потребления в) только денежные средства г) готовая продукция	б)	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
49	Эффект акселератора — это: а) уменьшение инвестиций при падении спроса б) рост инвестиций вследствие роста доходов в прошлом периоде	б)	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1

№ п/п	Содержание вопроса	Правильный ответ	Коды проверяемых У, З и В
	в) государственное субсидирование г) согласование с антимонопольным органом		
50	Что относится к объектам инвестиционной деятельности? (множественный выбор) а) Основной капитал б) Ценные бумаги в) Нематериальные активы г) Трудовой стаж	а, б, в	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
51	Установите соответствие между стадией инвестиционного цикла и содержанием: 1) Первая стадия движения инвестиций → Б) Аккумуляция и строительство 2) Вторая стадия → А) Завод запущен, прибыль 3) Завершение цикла → В) Реинвестирование прибыли	1-Б, 2-А, 3-В	У: У-1.1, У-2.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
52	Расположите в правильной последовательности стадии инвестиционного цикла (на примере «Новатэк», «Арктик СПГ 2»): а) чистая прибыль б) строительство завода в) аккумуляция средств г) запуск завода д) реинвестирование	в → б → г → а → д	У: У-1.1, У-1.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
53	Расположите в правильной последовательности стадии движения инвестиций: а) вложение → результат б) ресурсы → вложение	б → а	У: У-1.1, У-1.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
54	Расположите в правильной последовательности нормативные акты по убывающей силе (на примере добычи золота): а) Постановление Правительства № 1234 б) Закон «О недрах» в) Лицензионное соглашение г) Закон № 39-ФЗ (об инвестиционной деятельности)	г → б → а → в	У: У-1.1, У-1.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
55	Какой инвестор стремится к контролю над предприятием? а) портфельный б) миноритарный в) стратегический г) паевой фонд	в)	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
56	Иностранная компания не может владеть более 20% акций телеканала. Это пример: а) стимулирующего изъятия б) «дедушкиной оговорки» в) ограничительного изъятия г) СРП (Соглашение о разделе продукции)	в)	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
57	Установите соответствие между примером и видом изъятия: 1) Фиксация налога для Danone → Б) Стимулирующее (гарантия) 2) Запрет на 20% акций телеканала → А) Ограничительное 3) Снижение страховых взносов до 7,6% → В)	1-Б, 2-А, 3-В, 4-Г	У: У-1.1, У-2.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1

№ п/п	Содержание вопроса	Правильный ответ	Коды проверяемых У, З и В
	Стимулирующее (льгота) 4) Отказ недружественной стране в покупке титанового завода → Г) Ограничительное (№ 57-ФЗ)		
58	Расположите в правильной последовательности стадии инвестиционного цикла (на примере «Новатэк», «Арктик СПГ 2»): а) чистая прибыль б) строительство завода в) аккумулирование средств г) запуск завода д) реинвестирование	в → б → г → а → д	У: У-1.1, У-1.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
59	Кто может быть инвестором? (множественный выбор) а) физическое лицо б) иностранное государство в) муниципальное образование г) работник подрядчика	а, б, в	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
60	Какие виды иностранных инвесторов есть по Закону № 160-ФЗ? (множественный выбор) а) Иностранное юридическое лицо б) Иностранная организация без статуса юридического лица в) Иностранный гражданин г) Лицо без гражданства	а, б, в, г	У: У-1.1, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1
61	Установите соответствие между стадией инвестиционного цикла и содержанием: 1) Первая стадия движения инвестиций → Б) Аккумулирование и строительство 2) Вторая стадия → А) Завод запущен, прибыль 3) Завершение цикла → В) Реинвестирование прибыли	1-Б, 2-А, 3-В	У: У-1.1, У-2.2, У-П1.1.1 З: З-П1.1.1 В: В-П1.1.1

Критерии оценивания тестовых заданий

Оценка	Процент правильных ответов
«5» (отлично)	90–100%
«4» (хорошо)	70–89%
«3» (удовлетворительно)	50–69%
«2» (неудовлетворительно)	менее 50%