

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра юриспруденции

Форма обучения: заочная/очно-заочная

**ВЫПОЛНЕНИЕ
ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
КОММЕРЧЕСКОЕ ПРАВО**

Группа

Чи20Ю171в

Студент

В.В. Беспясов

МОСКВА 2022

Задача 3

ЗАО «Союз» осуществляло оптовую и розничную торговлю в крупном населенном пункте, руководители не могли не видеть, что название фирмы не отличается большой оригинальностью, и организаций с точно таким же названием в городе предостаточно, в том числе и торговых фирм. Столь широко употребительное название в определенной степени затрудняло проведение эффективной рекламы, мешало установлению контактов с новыми контрагентами и оптовыми покупателями. Поэтому руководители фирмы предложили акционерам изменить название организации; акционеры согласились. Было предложено несколько новых названий. Вправе ли коммерческая организация изменить свое название? В каком порядке можно изменить название коммерческой организации? Каковы правовые последствия возникают в связи с изменением названия коммерческой организации? Как решается вопрос с действием лицензий в тех случаях, когда организация-лицензиат меняет свое фирменное наименование?

Ответ: Коммерческая организации в праве изменить своё название. Согласно ст. 54. ГК РФ (Наименование и место нахождения юридического лиц) юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму. Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование. Юридическое лицо, фирменное наименование которого зарегистрировано в установленном порядке, имеет исключительное право его использования. Лицо, неправомерно использующее чужое зарегистрированное фирменное наименование, по требованию обладателя права на фирменное наименование обязано прекратить его использование и возместить причиненные убытки.

Порядок регистрации и использования фирменных наименований определяется законом и иными правовыми актами.

Наименованием юридического лица является название, под которым оно приобретает и осуществляет имущественные и личные неимущественные

права, несет обязанности, выступает истцом и ответчиком в суде. Наименование присваивается юридическому лицу учредителями (участниками) и должно отвечать установленным законом требованиям, различающимся в зависимости от вида юридического лица и его организационно-правовой формы.

Наименование юридического лица состоит из двух частей - собственно наименования, а также указания на организационно-правовую форму юридического лица. Собственно наименование представляет собой словесное и (или) цифровое обозначение (названия предметов, имена, фамилии людей и т.д.), направленное на индивидуализацию данной организации в среде юридических лиц с одинаковой организационно-правовой формой или характером (предметом, целью) деятельности.

В силу п. 4 ст. 54 ГК юридические лица, являющиеся коммерческими организациями, выступают в гражданском обороте под наименованием особого рода - фирменным наименованием.

Статья 54 ГК предусматривает принятие специального закона и иных правовых актов, определяющих порядок регистрации и использования фирменных наименований. До принятия таких актов процедура регистрации фирменного наименования ограничивается его включением в единый реестр юридических лиц вместе с другими данными государственной регистрации юридического лица.

С регистрацией фирменного наименования закон связывает возникновение у юридического лица так называемого права на фирму - исключительного права использования фирменного наименования в сделках, на вывесках, в объявлениях, в рекламе, на товарах и их упаковке, на бланках и счетах и т.п. Исключительность права на фирму состоит, в частности, в следующем. Использование фирменного наименования коммерческой организации может осуществляться третьими лицами только с согласия правообладателя ч. 2 ст. 138 ГК). При этом организации предоставляется защита от неправомерного использования ее фирменного наименования с

применением способов, предусмотренных ст. 12 ГК (требование о прекращении неправомерного использования, о возмещении причиненных убытков и т.д.).

Учредительные документы юридического лица должны содержать определенный законом минимум условий (необходимые условия).

Абзац 1 п. 2 ст. 52 ГК устанавливает перечень условий, подлежащих включению в учредительные документы (устав, учредительный договор) всех юридических лиц (наименование, место нахождения, порядок управления деятельностью юридического лица и др.).

Изменение наименования фирмы осуществляется только с внесением соответствующих изменений в учредительные документы. На основании пункта 3 ст. 52 ГК по вопросу юридической обязательности изменений, вносимых в учредительные документы, для юридического лица и его учредителей (участников) в их отношениях с третьими лицами.

По общему правилу изменения учредительных документов приобретают силу для третьих лиц с момента их государственной регистрации. Законом могут устанавливаться случаи, когда изменения определенного вида приобретают силу для третьих лиц не с момента регистрации, а с момента уведомления органа, осуществляющего государственную регистрацию, о таких изменениях.

Вместе с тем юридические лица и их учредители (участники) не вправе ссылаться на отсутствие государственной регистрации изменений, внесенных в учредительные документы, в отношениях с третьими лицами, действовавшими с учетом этих изменений. В частности, данное правило препятствует удовлетворению требований учредителей (участников) о признании недействительными сделок юридического лица, заключенных с третьими лицами, по мотивам отсутствия государственной регистрации соответствующих изменений.

Задача 2.

Являются ли рекламой визитные карточки. Обоснуйте ответ со ссылкой на закон.

Ответ: В соответствии со ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Согласно разъяснениям ФАС России в данной норме под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (Письмо ФАС России от 05.04.2007 № АЦ/4624).

Исходя из приведенных разъяснений визитная карточка в силу отсутствия на ней указания на круг лиц, для которых она предназначена, считается предназначенной для неопределенного круга лиц.

Следовательно, информация, содержащаяся в визитной карточке, может быть признана рекламной, если она направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Если же визитная карточка рекламной (т.е. способствующей продвижению на рынке) информации не содержит, такая карточка рекламой признана быть не может.

Задача 3.

Объявление по телевидению: Вкладчикам КБ «Восточный» ставка по вкладам «пенсионный» повышена на три пункта» Является ли данное объявление рекламой?

Является ли данное объявление рекламой? Обоснуйте ответ.

Ответ: Да, данное объявление является рекламой. В соответствии со ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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. С точки зрения банка данное сообщение адресовано только вкладчикам указанного вида вклада, круг которых определяется данными банковского учета. Со стороны возможной направленности данная информация адресована и иным лицам, которых привлечет увеличение процентной ставки по вкладу, в связи с чем возникнет интерес воспользоваться данной банковской услугой. В этом случае круг лиц явно является неопределенным.

В данном случае речь идет о социальной рекламе - информации, распространенной любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства. (ст. 3 ФЗ «О рекламе»)