

УДК 347.7/.78(470+571)
ББК 64.404.3(2Рос)я73
В68

Электронные версии книг
на сайте www.prospekt.org

Автор:

Ворожевич А. С. — кандидат юридических наук, преподаватель кафедры интеллектуальных прав Университета им. О. Е. Кутафина (МГЮА).

Ворожевич А. С.

В68 Защита брендов: стратегии, системы, методы : учебное пособие для магистров. — Москва : Проспект, 2017. — 144 с.

ISBN 978-5-392-23548-3

Данное учебное пособие подготовлено в соответствии с программой «Магистр права в сфере интеллектуальной собственности» кафедры интеллектуальных прав Университета им. О. Е. Кутафина (МГЮА). Автором рассмотрены основные стратегии, методы, правовые механизмы защиты бренда. Существенное внимание уделено средствам пресечения паразитирования на чужом бренде, механизмам получения прав на чужой бренд, а также оборонительным стратегиям правообладателей против конкурентов, стремящихся лишить их бренд правовой охраны. Материал изложен на основе актуального законодательства, с широким привлечением правоприменительной практики. Учебное пособие подготовлено с учетом новых правовых тенденций с применением современной методологии: сравнительно-правового метода, экономического анализа права, институционального подхода и др.

Законодательство приведено на 1 октября 2016 г.

Учебное пособие адресовано в первую очередь магистрантам и аспирантам юридических вузов, но будет интересно также студентам бакалавриата, практикующим юристам, преподавателям юридических вузов, а также всем, кто интересуется вопросами осуществления и защиты патентных прав.

УДК 347.7/.78(470+571)
ББК 64.404.3(2Рос)я73

Учебное издание

Ворожевич Арина Сергеевна

ЗАЩИТА БРЕНДОВ

СТРАТЕГИИ, СИСТЕМЫ, МЕТОДЫ

Учебное пособие для магистров

Оригинал-макет подготовлен компанией ООО «Оригинал-макет»
www.o-maket.ru; тел.: (495) 726-18-84

Санитарно-эпидемиологическое заключение

№ 77.99.60.953.Д.004173.04.09 от 17.04.2009 г.

Подписано в печать 06.10.2016. Формат 60×90 1/16.

Печать цифровая. Печ. л. 9,0. Тираж 1000 (1-й завод 200) экз. Заказ №

ООО «Проспект»

111020, г. Москва, ул. Боровая, д. 7, стр. 4.

ISBN 978-5-392-23548-3

© Ворожевич А. С., 2016
© ООО «Проспект», 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	3
Введение	5
Глава 1. Бренд: понятие, значение, содержание	7
1.1. Понятие бренда в экономическом аспекте	7
1.2. Понятие бренда в правовом аспекте. Соотношение понятий «бренд» и «товарный знак»	12
1.3. Понятие «гудвилл» как элемент бренд-активов	21
Глава 2. Выбор бренда. Установление правовой охраны на него	26
Глава 3. Завладение чужим брендом: стратегии нападения и защиты	44
3.1. Досрочное прекращение правовой охраны товарного знака вследствие неиспользования	44
3.2. Защита бренда от регистрации сходных товарных знаков	71
Глава 4. Защита бренда от незаконного использования иным лицом	90
4.1. Неправомерное использование бренда, зарегистрированного в качестве товарного знака	90
4.2. Меры защиты брендов, зарегистрированных в качестве товарных знаков 101	
4.3. Защита прав на коммерческие обозначения, наименования мест происхождения товара и фирменные наименования	110
4.4. Недобросовестные стратегии защиты бренда	112
Глава 5. Особенности правовой охраны брендов — общеизвестных товарных знаков	119
Глава 6. Паразитирование на бренде как форма недобросовестной конкуренции	133
Использованные доктринальные источники	139