

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.19 Правовая защита бренда

Учебный план: ФГОС3++_2020-2021_42.03.01_ИБК_ЗАО_Бренд-менеджмент.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(специальность)

Профиль подготовки: Бренд-менеджмент
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
4	УП	8	8	88	4	3	Зачет
	РПД	8	8	88	4	3	
Итого	УП	8	8	88	4	3	
	РПД	8	8	88	4	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

Старший преподаватель

Кислицына Анастасия
Алексеевна

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с
общественностью

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: сформировать у обучающегося знания и навыки об основных положениях гражданского законодательства об интеллектуальных правах, ключевых принципах правовой защиты брендов, а также изучить теоретические предпосылки развития права интеллектуальной собственности РФ и зарубежных стран.

1.2 Задачи дисциплины:

показать виды прав на результаты интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации, объекты и субъекты прав, понятие и виды гражданско-правовых договоров, направленных на передачу исключительных прав, способы защиты личных неимущественных прав автора и исключительных прав, меры ответственности в случае нарушения этих прав;

раскрыть принципы правовой защиты бренда как неимущественного права физических и юридических лиц.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Digital-технологии в брендинге

Бренд-менеджмент

Персональный брендинг

Визуальный брендинг

Производственная практика (профессионально-творческая практика (в том числе проектная практика))

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

Психология брендинга

Основы айдентики

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКп-1 : Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникации

Знать: основы правового регулирования и действия правовых норм по защите интеллектуальной собственности в профессиональной деятельности.

Уметь: применять региональное, российское и международное законодательство в процессе создания и управления брендом в онлайн и офлайн среде.

Владеть: навыками практического применения действующего законодательства по защите интеллектуальной собственности в профессиональной деятельности.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Понятие и виды интеллектуальных прав.	4				
Тема 1. Гражданско-правовое регулирование отношений в сфере интеллектуальной деятельности. Практическое занятие: История развития правового регулирования интеллектуальных прав в России и в мире.		1	1	12	ГД
Тема 2. Объекты и субъекты интеллектуальных прав. Практическое занятие: Примеры нарушения интеллектуальных прав физических и юридических лиц.		1	1	12	
Тема 3. Классификация интеллектуальных прав согласно современному законодательству. Практическое занятие: Специфика оформления интеллектуальных прав.		1	1	12	
Раздел 2. Законодательное регулирование в области защиты авторских прав, элементов индивидуализации, товарных знаков и других неимущественных прав физических и юридических лиц.					
Тема 4. Понятие и принципы авторского права. Практическое занятие: Гражданско-правовая защита авторских прав.		1	1	13	ГД
Тема 5. Понятие и принципы защиты прав, смежных с авторским. Практическое занятие: Защита интеллектуальных прав стартапов в различных сферах бизнеса.		1	1	13	
Раздел 3. Способы правовой защиты бренда и меры юридической ответственности в случае нарушения интеллектуальных и иных неимущественных прав.					
Тема 6. Бренд как объект интеллектуального права. Практическое занятие: Анализ мировой практики нарушения прав на торговое наименование.		2	2	13	ГД
Тема 7. Методика и система правовой защиты бренда. Практическое занятие: Регистрация товарного знака как конкурентное преимущество в условиях цифровизации рынка.		1	1	13	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	8	88	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		16,25		88	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПКп-1	<p>Характеризует принципы правового регулирования и действия правовых норм по защите интеллектуальной собственности в профессиональной деятельности.</p> <p>Применяет региональное, российское и международное законодательство в процессе создания и управления брендом в онлайн и офлайн среде.</p> <p>Применяет действующее законодательство по защите интеллектуальной собственности в профессиональной деятельности.</p>	<p>Вопросы для устного собеседования</p> <p>Практико-ориентированное задание</p> <p>Практико-ориентированное задание</p>

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	<p>Обучающийся дает развернутый ответ на поставленный вопрос, демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и практических занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает в достаточной степени аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует логичность и последовательность ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практического задания.</p>	Не предусмотрена
Не зачтено	<p>Ответ обучающегося содержит ряд существенных ошибок и/или неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличается поверхностным раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов. Обучающийся не способен давать аргументированные ответы, слабо владеет монологической речью, в ответе отсутствует логичность и последовательность. Выводы поверхностны. Т.е обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</p>	Не предусмотрена

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
	Курс 4

1	Понятие, правовое регулирование системы интеллектуальных прав.
2	Правовое регулирование результатов творческой деятельности.
3	Способы защиты исключительных прав.
4	Международно-правовые акты в сфере охраны прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации.
5	Понятие и принципы авторского права. Законодательство об авторских правах. Международная охрана авторских прав
6	Объекты авторского права, их признаки и основные разновидности.
7	Коллективное управление имущественными авторскими правами
8	Смежные права: субъекты, объекты, личные неимущественные и имущественные права.
9	Понятие патентного права. Законодательство об изобретательстве. Международное патентно-правовое сотрудничество.
10	Правовая охрана фирменных наименований.
11	Понятие и виды товарного знака и знака обслуживания. Условия правовой охраны товарного знака (знака обслуживания).
12	Исключительные права на товарный знак, знак обслуживания. Распоряжение исключительными правами на товарный знак, знак обслуживания
13	Оформление и использование права на товарный знак.
14	Правовая охрана секретов производства (ноу-хау) как ключевой фактор успеха современных стартапов.
15	Понятие договора коммерческой концессии (франчайзинга).
16	Существенные условия лицензионных договоров.
17	Ответственность автора по авторскому договору.
18	Срок действия защиты интеллектуальных прав.
19	Условия прекращения исключительных прав на коммерческое обозначение.
20	Особенности защиты наименования места производства/происхождения товара.
21	Институты законодательного регулирования правовой защиты интеллектуальной собственности.
22	Формы и методы ограничения распространения конфиденциальной информации. Соглашение о неразглашении результатов интеллектуальной деятельности.
23	Отдельные категории произведений: аудиовизуальные, служебные, производные и составные как объект правовой защиты.
24	Общераспространенные случаи свободного использования произведений. Ограничение права на репродуцирование.
25	Способы доказывания и виды доказательств права авторства. Санкции за нарушение авторских прав. Административная и уголовная ответственность за нарушение авторских прав.
26	Нетрадиционные объекты права интеллектуальной собственности
27	. Средства индивидуализации юридического лица, его продукции, товаров, работ, услуг и предприятия в гражданском обороте
28	Понятие товарного знака, соотношение понятий «торговая марка», «бренд» и «товарный знак».
29	Международная регистрация товарных знаков. Различие Мадридской и Европейской системы регистрации товарных знаков.
30	Фирменное наименование и коммерческое обозначение: сравнительно – правовая характеристика.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задача:

Компания ООО "Ромашка" разместила на своем официальном сайте в сети Интернет продукцию собственного завода под название и с использованием логотипа известной марки, но в иной цветовой гамме. Является ли это нарушение интеллектуальных или иных неимущественных прав? Какие существуют меры защиты и формы ответственности за нарушения подобного рода?

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Обучающемуся дается 25 минут на подготовку к ответу на вопрос и выполнение практико-ориентированного задания. В течение семестра выполняется контрольная работа.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Вишнякова, И. В.	Авторское право	Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет	2017	http://www.iprbookshop.ru/79259.html
Бондарская, О. В., Т. А., Гучетль, Р. Г., Г. Л.	Формирование бренда предприятия	Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2017	http://www.iprbookshop.ru/85983.html
Гринь Е. С., Калятин В. О., Михайлов С. В., Мурзин Д. В., Новоселова Л. А., Павлова Е. А., Рузакова О. А., Синельникова В. Н., Степкин С. П., Новоселова Л. А.	Право интеллектуальной собственности. Том 2. Авторское право	Москва: Статут	2017	http://www.iprbookshop.ru/72392.html
Энтин В. Л.	Авторское право в виртуальной реальности (новые возможности и вызовы цифровой эпохи)	Москва: Статут	2017	http://www.iprbookshop.ru/81092.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Хамаганова К. В.	Основы брендинга	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017524
Грошев, И. В., Краснослободцев, А. А.	Системный бренд-менеджмент	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71225.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

(Роскомнадзор) URL: <http://www.rsoc.ru>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга,

PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

Информационная база ГАРАНТ: <http://www.garant.ru> – ГАРАНТ: [Информационно-правовой портал]

Официальный интернет-портал правовой информации (федеральная государственная информационная система) [Электронный ресурс]. URL: <http://pravo.gov.ru>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска