

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.09

Правовая защита бренда

Учебный план: 2026-2027 42.03.01 ИБК Бренд-мен ЗАО №1-3-10.plx

Кафедра: **60** Бренд-коммуникаций

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

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.	Трудоё мкость, 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, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, доцент

Хамаганова Ксения
Владимировна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой бренд-коммуникаций

Савицкая Вероника
Юрьевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Савицкая Вероника
Юрьевна

Методический отдел:

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:

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

Бренд-менеджмент

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3: Способен управлять информацией из различных источников
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 информационными ресурсами бренда.
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
ПК-3	Характеризует принципы правового регулирования и действия правовых норм по защите интеллектуальной собственности в профессиональной деятельности. Применяет региональное, российское и международное законодательство в процессе создания и управления брендом в онлайн и офлайн среде. Применяет действующее законодательство по защите интеллектуальной собственности в профессиональной деятельности.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированное задание Практико-ориентированное задание

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	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.	Не предусмотрена
Не зачтено	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.	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	Фирменное наименование и коммерческое обозначение: сравнительно – правовая характеристика.

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

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				
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
Хамаганова К. В.	Основы брендинга	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2022	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202214
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Вишнякова, И. В.	Авторское право	Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет	2017	http://www.iprbookshop.ru/79259.html
Энтин, В. Л.	Авторское право в виртуальной реальности (новые возможности и вызовы цифровой эпохи)	Москва: Статут	2017	http://www.iprbookshop.ru/81092.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
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
Хамаганова К. В.	Основы брендинга	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2022	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022115
Редколлегия	Интеллектуальная собственность. - № 1/2020 (январь)	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20202002
Редколлегия	Интеллектуальная собственность. - № 2/2020 (февраль)	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20192005

Редколлегия	Интеллектуальная собственность. - № 3/2020 (март)	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20202007
Редколлегия	Интеллектуальная собственность. - № 4/2020 (апрель)	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201913387
Редколлегия	Интеллектуальная собственность. - № 5/2020 (май)	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201913390
Редколлегия	Интеллектуальная собственность. - № 6/2020 (июнь)	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201913392
Редколлегия	Интеллектуальная собственность. - № 10/2020 (октябрь)	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201913393

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