

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 23.12.2024 11:10:20

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

Рабочая программа дисциплины
Интеллектуальная собственность и авторские права рекламистов

Направление 38.03.06 Торговое дело
Направленность 38.03.06.04 Реклама в бизнес-коммуникациях

Для набора 2022 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА Маркетинг и реклама**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	16			
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	4	4	4	4
Практические	4	4	4	4
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8	8	8	8
Сам. работа	60	60	60	60
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и): д.э.н., профессор, Осовцев В.А.

Зав. кафедрой: д.э.н., доц. Бондаренко В.А.

Методический совет направления: д.э.н., профессор Костоглодов Д.Д.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины: формирование у студентов целостной системы знаний в рамках существующей правовой базы, регламентирующей правоотношения субъектов данной области права на разных стадиях формирования и использования авторских продуктов.
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3: Способен управлять бизнес-коммуникациями и рекламной деятельностью организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

основы медиакоммуникационных стратегий профессиональной деятельности, которые присущи трендам региона с ориентацией на ориентированных на политические и экономические механизмы и их функционирование (соотнесено с индикатором ПК-3.1)

Уметь:

пользоваться медиакоммуникационными инструментами с целью развития современных проектов в соответствии с текущими трендами региона, страны и мира, исходя из геополитических и экономических факторов функционирования, правовых и этических норм регулирования (соотнесено с индикатором ПК-3.2)

Владеть:

навыками профессиональной деятельности, которая ориентирована на современные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (соотнесено с индикатором ПК-3.3).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Методические основы интеллектуальной собственности и сущностное наполнение авторских прав

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
1.1	Тема 1.1 Общие вопросы интеллектуальной собственности. Правовая природа и понятие интеллектуальной собственности. Понятие и общие признаки объектов интеллектуальной собственности. Классификация объектов ИС. Права на объекты интеллектуальной собственности и способы возникновения этих прав. / Лек /	5	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.2	Тема 1.1 «Общие вопросы интеллектуальной собственности». Практическая значимость следующих вопросов: Правовая природа и понятие интеллектуальной собственности. Понятие и общие признаки объектов интеллектуальной собственности. Классификация объектов ИС. Права на объекты интеллектуальной собственности и способы возникновения этих прав. / Пр /	5	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.3	Общие вопросы интеллектуальной собственности». Рассмотреть и проанализировать: Правовая природа и понятие интеллектуальной собственности. Понятие и общие признаки объектов интеллектуальной собственности. Классификация объектов ИС. Права на объекты интеллектуальной собственности и способы возникновения этих прав. Авторские права: объекты авторских прав и сроки действия авторских прав». Самостоятельно дополнить и подготовить следующие вопросы: Понятие авторского права. Основные задачи и принципы авторского права. Объекты авторского права. Условия правовой охраны объектов авторских прав. Субъекты авторских прав. Объекты авторских прав. Срок охраны авторских прав. Неимущественные права автора. Имущественные права автора. Передача авторских прав по договору. Ответственность за нарушение авторских прав». Раскрыть практический аспект: Особенности использования объектов авторского права в Интернете. Охрана топологий интегральных микросхем. Авторский договор: общая характеристика авторского договора и его виды в современной деловой практике». Самостоятельно проанализировать и рассмотреть следующие вопросы: Понятие	5	28	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3

	авторского договора. Основные позиции авторского договора. Договоры, заключаемые на стадии производства. Договоры, заключаемые на стадии распространения. Варианты злоупотребления авторским правом. Авторские договора о передаче исключительных прав, авторские договора о передаче неисключительных прав. Субъекты авторского договора. Содержание и форма авторского договора. Выполнение рефератов и решение кейс-задач рекомендуется с использованием LibreOffice. / Ср /				
Раздел 2. Патентное право и иные аспекты интеллектуальной собственности					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
2.1	Тема 2.1 «Патентное право» Понятие патентного права. Основные принципы. Условия патентования изобретения, полезной модели, промышленного образца. Субъекты патентного права. Порядок патентования. Срок действия патентной охраны. Права патентообладателя. Ответственность за нарушение патентных прав. / Лек /	5	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.2	Тема 2.1 «Патентное право» Выделить и рассмотреть следующие вопросы: Понятие патентного права. Основные принципы. Условия патентования изобретения, полезной модели, промышленного образца. Субъекты патентного права. Порядок патентования. Срок действия патентной охраны. Права патентообладателя. Ответственность за нарушение патентных прав. / Пр /	5	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.3	Выделить и рассмотреть следующие вопросы: Понятие патентного права. Основные принципы. Условия патентования изобретения, полезной модели, промышленного образца. Субъекты патентного права. Порядок патентования. Срок действия патентной охраны. Права патентообладателя. Ответственность за нарушение патентных прав. Иные объекты интеллектуальной собственности». Выделить практическую значимость следующих вопросов: Маркетинг промышленных товаров. Маркетинг потребительских товаров. Маркетинг услуг. Маркетинг в социальной сфере. Некоммерческий маркетинг. Международный маркетинг Международные аспекты коммерческого использования интеллектуальной собственности». Самостоятельно рассмотреть и проанализировать следующие вопросы: Маркетинг в современном обществе России. Воздействие общества на развитие маркетинга. Государственное регулирование маркетинговой деятельности в России. Влияние предпринимателей на формирование современного маркетинга. Гражданские движения и маркетинг. Правовое регулирование конкурентной среды». Раскрыть сущность следующих вопросов: Конкуренция как фактор внешней среды маркетинга. Понятие антимонопольного законодательства. Специфика российского антимонопольного законодательства. Цели Закона РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и сфера его применения. Субъекты антимонопольного законодательства. Выполнение рефератов и решение кейс-задач рекомендуется с использованием LibreOffice. / Ср /	5	32	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.4	/ Зачёт /	5	4	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Богацкая С. Г.	Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие	Москва: Логос, 2007	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84750 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Коротков, А. В.	Маркетинговые исследования: учебное пособие для вузов	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017	https://www.iprbookshop.ru/71235.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Романов А. А., Каптюхин Р. В., Маркова М. В.	Правовое регулирование рекламной деятельности: учебно-практическое пособие: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2010	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93153 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2		Региональная экономика : теория и практика: журнал	Москва: Финансы и кредит, 2018	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483172 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Самсонова, Л. В.	Правовое регулирование рекламной деятельности: методический сборник	Москва: Российский новый университет, 2011	https://www.iprbookshop.ru/21298.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС Консультант плюс

ИСС "Гарант" <http://www.internet.garant.ru/>

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>

Базы данных Фонда "Общественное мнение" (ФОМ) <http://fom.ru/>

База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <https://wciom.ru/database/>

5.4. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС

LibreOffice

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-3: Способен управлять бизнес-коммуникациями и рекламной деятельностью организации			
Знать основы медиакоммуникационных стратегий профессиональной деятельности, которые присущи трендам региона с ориентацией на ориентированных на политические и экономические механизмы и их функционирование	проводит поиск и сбор необходимой литературы с целью изучения тенденций в развитии медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира	полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям	О – опрос (вопросы 1–45) Вопросы к зачету (1-45)
Уметь пользоваться медиакоммуникационными инструментами с целью развития современных проектов в соответствии с текущими трендами региона, страны и мира, исходя из геополитических и экономических факторов функционирования, правовых и этических норм регулирования	осуществляет работу с информационно-коммуникационными технологиями и глобальными базами данных работы нормативными документами и действующим законодательством в рекламной деятельности	умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию разработке проектов в рекламной деятельности	Кейс-задачи (1-5)
Владеть навыками профессиональной деятельности, которая ориентирована на современные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	демонстрирует опыт и знания нормативных и законодательных актов в отношении интеллектуальной собственности и авторских прав в рекламной деятельности на основании глубокого изучения современных баз данных с использованием медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	соответствие представленной в ответах информации материалам лекций и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных, содержащих современные нормативные акты,	Р – реферат (тема 1–25) Кейс-задачи (1-5)

		законодательные документы	
--	--	------------------------------	--

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале.

Зачет

- 50-100 баллов (зачтено);
- 0-49 баллов (не зачтено).

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету

1. Творческий труд и интеллектуальный продукт.
2. Владелец интеллектуальной собственности (ИС) и его права.
3. Ликвидность ИС. Правовое определение и обеспечение ИС.
4. Классификация ИС.
5. Правовые средства защиты от недобросовестной конкуренции.
6. Художественная собственность и ее защита авторскими правами.
7. Объекты авторских прав.
8. Сроки действия авторских прав и исключения из общепринятых правил.
9. Закон об авторском праве. «Принцип исчерпания авторских прав».
10. Понятие и признаки объектов авторского права.
11. Принципы классификации и виды объектов авторского права.
12. Административная и уголовная ответственность за нарушение авторских прав.
13. Физические и юридические лица – субъекты авторского права. Соавторство. Правопреемники.
14. Правовое регулирование и объекты смежных прав. Сроки действия смежных прав.
15. Понятие авторского договора. Основные позиции авторского договора.
16. Объект промышленной собственности.
17. Классификация объектов промышленной собственности.
18. Правовое значение средств индивидуализации предпринимателей и их продукции.
19. Фирменные наименования.
20. Товарные знаки.
21. Источники правового регулирования прав на фирменное название.
22. Требования к товарным знакам при их регистрации.
23. Понятие патентного права.
24. Источники правового регулирования патентного права.
25. Объекты патентного права.
26. Особый режим правовой охраны в отношении секретных изобретений.
27. Субъекты патентного права. Лица, получающие патент.
28. Правовой режим для служебных изобретений, полезных моделей и промышленных образцов.
29. Возникновение прав на изобретения, полезные модели и промышленные образцы.

30. Правила оформления заявки на изобретение. Формальная экспертиза заявки.
31. Права патентообладателей. Пределы осуществления патентных прав.
32. Прекращение исключительных прав на изобретение, полезную модель, промышленный образец. Способы защиты патентных прав.
33. Какая статья Конституции РФ определяет принцип законоохранности интеллектуальной собственности
34. Какая статья ГК РФ определяет права обладателя интеллектуальной собственности?
35. Расскажите существует ли в действующем законодательстве РФ перечень конкретных объектов правовой охраны, подпадающих под понятие, интеллектуальная собственность: если да, то какие, если нет, то почему
36. При соблюдении каких условий, использование результатов интеллектуальной собственности может осуществляться третьими лицами на законных основаниях
37. Какие из нижеперечисленных видов собственности относятся к сфере интеллектуальной собственности: промышленная собственность, авторские и смежные права, топологии интегральных микросхем, служебная и коммерческая тайна
38. Перечислите основные положения об авторских правах.
39. Авторский договор: общие положения, виды авторских договоров.
40. Основания изменения и прекращения авторского договора.
41. Административная ответственность за нарушение авторских и смежных прав.
42. Уголовно-правовая характеристика преступлений о нарушении права интеллектуальной собственности.
43. Понятие и доказывание крупного ущерба при нарушении права интеллектуальной собственности.
44. Экспертиза по определению контрафактной продукции.
45. Особенности проведения экспертизы по установлению плагиата в авторском произведении.

Зачетное задание состоит из двух теоретических вопросов и одной кейс - задачи из перечня кейс - задач для текущей аттестации.

Критерии оценивания:

– 50-100 баллов (зачтено) выставляется студенту, если изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой; наличие твердых и достаточно полных знаний, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности; изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов;

– 0-49 баллов (не зачтено) выставляется студенту, если ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Вопросы к опросу

1. Творческий труд и интеллектуальный продукт.
2. Владелец интеллектуальной собственности (ИС) и его права.
3. Ликвидность ИС. Правовое определение и обеспечение ИС.
4. Классификация ИС.
5. Правовые средства защиты от недобросовестной конкуренции.
6. Художественная собственность и ее защита авторскими правами.
7. Объекты авторских прав.
8. Сроки действия авторских прав и исключения из общепринятых правил.
9. Закон об авторском праве. «Принцип исчерпания авторских прав».
10. Понятие и признаки объектов авторского права.

11. Принципы классификации и виды объектов авторского права.
12. Административная и уголовная ответственность за нарушение авторских прав.
13. Физические и юридические лица – субъекты авторского права. Соавторство. Правопреемники.
14. Правовое регулирование и объекты смежных прав. Сроки действия смежных прав.
15. Понятие авторского договора. Основные позиции авторского договора.
16. Объект промышленной собственности.
17. Классификация объектов промышленной собственности.
18. Правовое значение средств индивидуализации предпринимателей и их продукции.
19. Фирменные наименования.
20. Товарные знаки.
21. Источники правового регулирования прав на фирменное название.
22. Требования к товарным знакам при их регистрации.
23. Понятие патентного права.
24. Источники правового регулирования патентного права.
25. Объекты патентного права.
26. Особый режим правовой охраны в отношении секретных изобретений.
27. Субъекты патентного права. Лица, получающие патент.
28. Правовой режим для служебных изобретений, полезных моделей и промышленных образцов.
29. Возникновение прав на изобретения, полезные модели и промышленные образцы.
30. Правила оформления заявки на изобретение. Формальная экспертиза заявки.
31. Права патентообладателей. Пределы осуществления патентных прав.
32. Прекращение исключительных прав на изобретение, полезную модель, промышленный образец. Способы защиты патентных прав.
33. Какая статья Конституции РФ определяет принцип законоохранности интеллектуальной собственности
34. Какая статья ГК РФ определяет права обладателя интеллектуальной собственности?
35. Существует ли в действующем законодательстве РФ перечень конкретных объектов правовой охраны, подпадающих под понятие «интеллектуальная собственность». Если да, то какие, если нет, то почему?
36. При соблюдении каких условий, использование результатов интеллектуальной собственности может осуществляться третьими лицами на законных основаниях
37. Какие из нижеперечисленных видов собственности относятся к сфере интеллектуальной собственности: промышленная собственность, авторские и смежные права, топологии интегральных микросхем, служебная и коммерческая тайна
38. Перечислите основные положения об авторских правах.
39. Авторский договор: общие положения, виды авторских договоров.
40. Основания изменения и прекращения авторского договора.
41. Административная ответственность за нарушение авторских и смежных прав.
42. Уголовно-правовая характеристика преступлений о нарушении права интеллектуальной собственности.
43. Понятие и доказывание крупного ущерба при нарушении права интеллектуальной собственности.
44. Экспертиза по определению контрафактности продукции.
45. Особенности проведения экспертизы по установлению плагиата в авторском произведении.

Критерии оценивания:

«5 баллов» выставляется, если студент полно и лаконично ответил на вопрос с использованием лекций, дополнительной литературы и информационных бах данных, ответ подкреплен современными примерами. Ответ полностью соответствует компетенциям дисциплины.

«4 балла» выставляется, если нет достаточного обоснования ответа, но студент использовал доступные литературные источники, представлен обзор примеров и пояснены основные термины и/или при верном изложении ответа допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений, и, возможно, приведшая к неверному ответу. Ответ частично соответствует компетенциям дисциплины.

«3 балла» выставляется, если на поставленный вопрос дан неполный – частичный ответ, не подкрепленный дополнительной информацией.

«2-1» баллов выставляется, если на вопрос отсутствует ответ и/или ответ не относится к поставленному вопросу, не соответствует компетенциям дисциплины.

Максимальная сумма баллов по опросу **30 баллов** (6 вопросов по 5 баллов).

Темы рефератов

1. Как защитить товарный знак, состоящий только из цвета.
2. Гражданско-правовая ответственность за незаконное использование товарного знака.
3. Значение первичной регистрации для последующей защиты брэнда.
4. «Украденные логотипы» российские примеры.
5. Допустимость внесудебного одностороннего расторжения лицензионного договора.
6. Методы противодействия контрафактной продукции.
7. Проблемы инвесторов в защите интеллектуальной собственности.
8. Ответственность за нарушение российского антимонопольного законодательства.
9. Особенности взаимодействия государства и бизнеса в ЕС и Японии.
10. Понятие и источники правового регулирования патентного права.
11. Объекты и субъекты патентного права.
12. Особый режим правовой охраны в отношении секретных изобретений.
13. Способы поддержки от региональной администрации в процессе организации патентования.
14. Конфликт права на доменное имя и прав средств индивидуализации.
15. Фирменные наименования. Товарные знаки.
16. Дела о нарушении законодательства о рекламе в практике антимонопольных органов.
17. Объект промышленной собственности и их правовая защита.
18. Классификация объектов промышленной собственности их количественное присутствие в деятельности российских предприятий (усредненная статистика).
19. Обеспечение добросовестной конкуренции в сфере промышленной собственности
20. Пример составления авторского договора с описанием его основных позиций.
21. Принятая в национальной практике классификация авторских договоров.
22. Проблемы злоупотребления авторским договором: отечественные реалии.
23. История охраны смежных и авторских прав в России и за рубежом.
24. Примеры практической деятельности организаций, участвующих в коллективном управлении авторскими и смежными правами.
25. Сущностное наполнение мер ответственности за нарушение авторских и смежных прав.

Критерии оценивания:

«15 баллов» выставляется, если обучающийся полно и лаконично раскрыл тему исследования, поставлена проблема и достигнута цель и задачи исследования с использованием лекций, дополнительной литературы и информационных бах данных, ответ подкреплен реальными и актуальными примерами. Ответ полностью соответствует компетенциям дисциплины.

«14-10 баллов» выставляется, если обучающийся недостаточно полно и лаконично раскрыл тему исследования, но поставленная проблема выделена, достигнута цель и задачи исследования с использованием лекций, дополнительной литературы и

информационных базах данных, ответ подкреплён реальными и актуальными примерами. Ответ требует доработки или текущих вопросов со стороны аудитории.

«9-3» выставляется, если обучающийся на поставленный вопрос дан неполный – частичный ответ, не подкреплённый дополнительной информацией, не использованы современные литературные и публицистические источники, нет анализа реальной проблемы и примеров. Ответ требует значительных доработок.

«2-1» выставляется, если на вопрос отсутствует ответ и/или ответ не относится к поставленному вопросу, не соответствует компетенциям дисциплины.

Максимальная сумма баллов по реферату **30 баллов** (2 реферата по 15 баллов).

Кейс-задачи

Кейс-задача № 1. Защита авторских прав на товарные знаки компании «Развитие».

Исходная информация:

Компания «Развитие» обратилась в суд за защитой своих прав на товарные знаки в интернете. Сайт, который продавал товары с принадлежащими истцу товарными знаками, администрировало физическое лицо. При этом оно же было и гендиректором компании «Шторм», товары которой и продвигались на сайте.

Вопрос;

В каких случаях российские правообладатели могут обращаться за защитой своих прав по доменным спорам в арбитражные суды?

Задание:

Предложите решение данной ситуации.

Кейс-задача № 2. Проблема правоохранения интеллектуальной и авторской собственности в рекламе маркетплейса

Исходная информация:

Маркетплейсы сегодня — одна из наиболее востребованных форм организации коммерческой деятельности. Они представляют собой платформы электронной коммерции, мультибрендовые виртуальные торговые центры. К маркетплейсам традиционно относят Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет (Беру), Lamoda, Goods.ru, СДЭК Маркет, Юлмарт, Леруа Мерлен, Robo.market и другие похожие платформы. Большинство владельцев маркетплейсов пытаются следить за тем, чтобы на их площадках не появлялись контрафактные товары, но нарушения исключительных прав все же происходят.

Вопросы:

1. Будет ли за такое нарушение нести ответственность сам маркетплейс? И если да, то на каких условиях?
2. Какие именно меры со стороны маркетплейса будут признаны необходимыми и достаточными. Как правило, речь идет о том, что маркетплейс скрывает из поиска товары предполагаемого нарушителя.
3. Как именно владелец маркетплейса поймет, что к нему обратился действительный правообладатель, чьи права были нарушены продавцом товара, а не недобросовестный конкурент правообладателя, который хочет помешать его бизнесу?

Задание:

Предложите свой вариант решения проблемы по маркетплейсу и его правам в интеллектуальной собственности.

Кейс-задача № 3. Сотрудник сделал рекламный креатив и нарушил авторские права киноконцерна - КОМУ ПЛАТИТЬ?

Исходная информация:

Как правило, крупные бренды знают, что нарушать чужие авторские права не стоит. Кого-то пугает ответственность, другие не используют чужой интеллектуальный труд, руководствуясь благородными мотивами.

Итог один – компании не используют объекты, за которые не заплатили и не получили их по договору.

Но в этих компаниях работают люди, которые к авторскому праву могут относиться пренебрежительно.

Например:

Один партнер (продавец) крупного сетевого бренда смонтировала видео для мессенджера, где продукцию как будто рекламирует герой известного фильма. Девушка взяла кадры из фильма, где герой дарит подарки своим женщинам, и вставила в них продукцию бренда.

Реклама есть, нарушение налицо, но бренд тут точно не при чем.

Таких ситуаций миллион и чем крупнее компания, тем больше шансов, что среди сотрудников найдется вот такой креативный «доброжелатель».

Вопрос:

Кто будет отвечать перед правообладателями за подобные креативы?

Задание:

Распишите чек-лист решения проблемы и обоснуйте свой вариант.

Кейс-задача № 4. Интеллектуальная собственность: старые проблемы и новая практика

Исходная информация:

Продвигая свои товары в интернете, предприниматели часто прибегают к размещению ключевых слов в html-коде страницы, мета-тегах, в шаблонах контекстной рекламы. И во многих случаях конкуренты успешно взыскивают компенсацию с конкурентов, использующих чужой товарный знак для продвижения своих товаров.

Но не всегда использование чужих товарных знаков происходит умышленно. Клиника «Высокие технологии микрохирургии глаза» смогла доказать, что обозначение «Офтальма», сходное до степени смешения с товарным знаком истца, в рекламную компанию включил искусственный интеллект рекламного сервиса.

Суд в действиях рекламодателя нарушения не усмотрел, потому что результаты поиска не зависели от действий ответчика, являются техническими параметрами поиска и не направлены на индивидуализацию товара в Интернет.

Вопрос:

Поясните, каким образом суд доказал правоту клиники «Высокие технологии»?

Задание:

придумайте свой вариант решения проблемы, обходя использование искусственного интеллекта и нейросетей.

Кейс-задача № 5. Московская кондитерская фабрика "Красный Октябрь" vs. Роспатент

Исходная информация:

Роспатент отказался предоставлять правовую охрану товарному знаку "ВОЛЬСКАЯ КОРОВКА", сходному до степени смешения со словесным обозначением "КОРОВКА". "Красный Октябрь", которому принадлежит этот товарный знак, принялся оспаривать решение в суде. СИП сделал вывод: значимость элемента в словесном обозначении устанавливается исходя из логического ударения, которое в указанном случае падает именно на слово "КОРОВКА". Товарные знаки производят общее зрительное впечатление, поскольку имеют идентичные элементы, определяющие первое зрительное впечатление. СИП посчитал, что высока вероятность введения потребителей в заблуждение – они могут решить, что сравниваемые товары принадлежат одному производителю

(№ СИП-676/2016).

Вопрос:

Каким образом устанавливается смешение в глазах потребителей товарных знаков?

Задание:

Разработайте собственный вариант названия компании. Обоснуйте выбор и расскажите, на какую целевую аудиторию будет ориентировано новое название.

Критерии оценивания:

«20 баллов» выставляется, если обучающийся полно и лаконично раскрыл тему исследования, поставлена проблема и достигнута цель и задачи исследования с использованием лекций, дополнительной литературы и информационных бах данных, ответ подкреплен реальными и актуальными примерами. Ответ полностью соответствует компетенциям дисциплины.

«19-14 баллов» выставляется, если обучающийся недостаточно полно и лаконично раскрыл тему исследования, но поставленная проблема выделена, достигнута цель и задачи исследования с использованием лекций, дополнительной литературы и информационных бах данных, ответ подкреплен реальными и актуальными примерами. Ответ требует доработки или текущих вопросов со стороны аудитории.

«13-5 баллов» выставляется, если обучающийся на поставленный вопрос дан неполный – частичный ответ, не подкрепленный дополнительной информацией, не использованы современные литературные и публицистические источники, нет анализа реальной проблемы и примеров. Ответ требует значительных доработок.

«4-1 балла» выставляется, если на вопрос отсутствует ответ и/или ответ не относится к поставленному вопросу, не соответствует компетенциям дисциплины.

Максимальная сумма баллов по кейс-задачам – **40 баллов** (2 задачи по 20 баллов).

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации. Зачетное задание состоит из двух теоретических вопросов и одной кейс-задачи из перечня кейс-задач для текущей аттестации. Проверка ответов и объявление результатов производится в день зачета. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются теоретические основы принятия решений в сфере законодательного регулирования нарушений в рекламной деятельности; способы изучения и уменьшения негативных сторон нарушения интеллектуальной собственности и авторских прав рекламистов, средств и технологий в области интеллектуальной собственности, использования медиакоммуникационных технологий, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовки к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки законодательного регулирования интеллектуальной собственности и авторских прав в рекламной деятельности, навыки эффективного принятия решений по проблемам предупреждения законодательных нарушений в рекламе.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе занятий. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

Методические указания по написанию рефератов

Написание реферата способствует расширению и лучшему усвоению вопросов дисциплины, позволяет приобрести опыт в работе со специальной литературой, дает возможность приобрести практические навыки в изучении теоретических вопросов дисциплины «Интеллектуальная собственность и авторские права рекламистов».

Структура и объем реферата. Реферат должен состоять из следующих элементов:

- титульный лист;
- содержание;
- основная часть,
- выводы и рекомендации,
- список использованных источников.

Объем реферата 15–20 страниц формата А4.

Оформление.

Оформление работы должно соответствовать требованиям стандарта ГОСТ 2.105-99 «Общие требования к текстовым документам». Примером оформления текста может служить любая специальная литература, используемая в работе.

Писать или печатать, необходимо на одной стороне листа, аккуратно и разборчиво. Все страницы должны иметь сквозную нумерацию, причем на титульном листе номер страницы не проставляется. Графики и диаграммы должны также иметь сквозную нумерацию, подрисовочная надпись для них должна располагаться ниже иллюстрации, а номер таблицы и ее наименование – над табличным материалом.

После «Заключения», в котором проводятся собственные выводы по раскрытой в контрольной работе теме, необходимо привести список фактически использованной литературы, на которую даны сноски в контрольной работе. Список использованных источников должен оформляться с указанием автора, наименования источника, места издания, издательства, года издания, а также страниц источника, использованного в контрольной работе.

В конце, после «Заключения», следует поставить дату написания работы и подпись студента – автора работы.

Полностью оформленная работа после проверки и написания отзыва научным руководителем допускается к защите.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников.