АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Право інтелектуальної власності на комерційні позначення» / «Intellectual Property Rights in Commercial Designations»

Розробник	Біда К. М., кандидат юридичних наук, доцент
Кафедра	*Маркетингу*
Спеціальність	*D5 «Маркетинг»*
Освітня програма	*«Маркетинг»*
Освітній рівень	*Другий (магістерський)*
Категорія дисципліни	Вибіркова
Обсяг	3 кредити ЄКТС / 90 годин
Рік і семестр	2-й рік навчання; семестр — відповідно до навчального плану
Форма навчання	*Денна / заочна*
Мова викладання	*Українська*
Форма підсумкового контролю	Залік
Основні форми контролю	Поточне опитування, практичні та ситуаційні завдання, аналіз правових кейсів, тестування, самостійна робота, підготовка й захист комплексного IP-аудиту бренду, залік

Мета навчальної дисципліни

Формування у здобувачів вищої освіти системного розуміння правової природи, набуття, використання, розпоряджання та захисту прав інтелектуальної власності на комерційні позначення — комерційні найменування, торговельні марки й географічні зазначення; розвиток практичних умінь здійснювати IP-аудит бренду, оцінювати ризики змішування, обґрунтовувати правові позиції та стратегії охорони позначень у маркетинговій діяльності.

Міждисциплінарні зв’язки

Пререквізити: знання з маркетингу, маркетингових досліджень, маркетингових комунікацій та бренд-менеджменту, набуті на попередньому освітньому рівні та під час опанування освітніх компонентів магістерської програми, зокрема «Бренд-менеджмент», «Стратегічний маркетинг», «Рекламний менеджмент» і «Маркетинговий менеджмент».

Постреквізити: результати навчання можуть використовуватися під час переддипломної практики, підготовки та публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи, а також у подальшій професійній діяльності з управління брендами й захисту нематеріальних активів. Кореквізити не визначено: обов’язкове одночасне опанування інших дисциплін не передбачено.

Очікувані результати навчання

За результатами вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти повинні бути здатними:

- розрізняти комерційні найменування, торговельні марки, географічні зазначення, найменування юридичних осіб та доменні імена;
- визначати правовий режим комерційних позначень та умови набуття й здійснення відповідних прав;

- проводити попередній пошук торговельних марок в офіційних реєстрах і виявляти конфлікти з раніше набутими правами;
- оцінювати охороноздатність торговельних марок, ризики відмови у реєстрації, схожості та змішування позначень;
- обґрунтовувати вибір класів МКТП, послідовність реєстрації та території правової охорони;
- аналізувати правові наслідки ліцензування, передачі майнових прав та франчайзингу;
- виявляти порушення прав і прояви недобросовісної конкуренції, обирати способи правового захисту;
- оцінювати ризики використання позначень у рекламі, соціальних мережах, доменних іменах та міжнародній діяльності;
- проводити комплексний IP-аудит бренду та формувати дорожню карту правової охорони комерційних позначень.

Короткий зміст дисципліни

Дисципліна поєднує цивільно-правовий, конкурентний і маркетинговий підходи до охорони комерційних позначень. Навчальний матеріал об’єднано у два змістові модулі.

Змістовий модуль 1. Правові засади охорони комерційних позначень

Поняття й система комерційних позначень; правовий режим комерційного найменування; торговельна марка, її види та охороноздатність; абсолютні й відносні підстави відмови; попередній пошук; вибір класів МКТП; подання заявки, експертиза й реєстрація торговельної марки; національна та міжнародна охорона.

Змістовий модуль 2. Використання, захист та стратегічне управління правами на комерційні позначення

Використання й розпоряджання правами, ліцензійні договори, передача прав і франчайзинг; географічні зазначення; порушення прав, ризик змішування та недобросовісна конкуренція; претензійний, адміністративний і судовий захист; цифрові та міжнародні механізми охорони; управління портфелем прав, комплексний IP-аудит бренду й формування стратегії його правового захисту.

Методи та технології навчання

Проблемні лекції та тематичні дискусії, аналіз законодавства, судової практики й рішень органів у сфері конкуренції, кейс-метод, розв’язання правових ситуацій, робота з офіційними реєстрами торговельних марок і географічних зазначень, порівняльно-правовий аналіз, індивідуальні та групові завдання, підготовка й захист комплексного IP-аудиту бренду.