

ЗАЩИТА КОРПОРАТИВНОГО БРЕНДА В ИНТЕРНЕТЕ



ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. Обострение конфликтных отношений в сфере индивидуализации предпринимательства	7
1.1. Природа конфликтов, затрагивающих средства индивидуализации	7
1.2. Классификация угроз, сопровождающих средства индивидуализации в Глобальной паутине	12
1.2.1. Столкновения между владельцами официально регламентированных средств индивидуализации.....	12
1.2.2. Столкновения средств индивидуализации с прочими используемыми в Интернете словесными обозначениями	21
Глава 2. Возможности развития правовой базы охраны средств индивидуализации	28
2.1. Специфика систем регистрации средств индивидуализации	28
2.2. Анализ действующих нормативно-правовых документов	34
2.3. Анализ отечественной и зарубежной судебной практики	44
2.4. Возможности информационно-правового обеспечения индивидуализации предпринимательства в Интернете	65
Глава 3. Управление корпоративным активом средств индивидуализации	81
3.1. Характеристика системы управления средствами индивидуализации	81
3.2. Последовательность действий, связанных с отбором и потреблением соответствующей информации	90
Глава 4. Источники информационного обеспечения индивидуализации предпринимательства в Интернете	97
4.1. Официальные источники информации.....	99
4.2. Коммерческие информационные службы.....	104
4.3. Информационно-поисковые системы Интернета.....	111
Глава 5. Идентификация «зон риска» с повышенной вероятностью правовых конфликтов.....	115
5.1. Целесообразность оптимизации поисковых процедур	115
5.2. Методология выявления зон с повышенной вероятностью правовых конфликтов.....	117
Заключение.....	126
Список литературы.....	129