

347.77  
Д 21

М.С. Дашин

новейший юридический справочник

# ИЗОБРЕТЕНИЕ ТОВАРНЫЙ ЗНАК ФОРМУЛЬНЫЙ БРЕД НОУ-ХАУ

ПАРТИЗАНСКИЕ  
ВОЙНЫ В СФЕРЕ  
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО  
ПРАВА



2013

## СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие .....	7
<b>ЧАСТЬ 1. СТРАТЕГИЯ</b>	
Глава 1. Партизанские войны .....	13
Глава 2. Кризис развития .....	20
Глава 3. Слагаемые успеха .....	25
3.1. Изобретения .....	26
3.2. Промышленные образцы .....	26
3.3. Полезные модели .....	29
3.4. Секрет производства (ноу-хау) .....	31
3.5. Товарные знаки .....	31
3.6. Авторские и смежные права .....	32
3.7. Конвергенция .....	33
Глава 4. Автор или инвестор? .....	40
4.1. Скрытое соперничество .....	40
4.2. Служебные задания .....	42
4.3. Открытая лицензия .....	49
4.4. 100 лучших изобретений России .....	50
Глава 5. Конкурентные преимущества .....	53
Глава 6. Как насчет этики? .....	58
6.1. Консультирование по вопросам интеллектуальной собственности .....	58
6.2. Патенты и мораль .....	62
Глава 7. Формирование стратегии .....	65
7.1. Потребности в стратегии .....	65
7.2. Брендовые стратегии .....	67
7.3. Общеизвестные товарные знаки .....	74
Глава 8. Возведение редутов .....	93
8.1. «Слияния и поглощения» и промышленная собственность ..	93

8.2. Сравнительно честные способы «отъема» и «нейтрализации» товарного знака. ....	95
8.3. Обход патентов .....	99
8.4. Дисциплина и конфиденциальность .....	101
<b>ЧАСТЬ 2. ТАКТИКА</b>	
<b>Глава 9. Оценивая воздух.</b> .....	105
9.1. Нематериальные активы .....	105
9.2. Оценка нематериальных активов .....	107
<b>Глава 10. Миссия выполнима: страхование.</b> .....	113
<b>Глава 11. Налогообложение: двойные преимущества.</b> .....	118
11.1. Преимущества .....	118
11.2. Относительно НДС: на примере аудиовизуальных произведений .....	121
11.3. Относительно НДС: на примере программ для ЭВМ .....	123
<b>Глава 12. Таможенные аспекты</b> .....	128
12.1. Таможенный кодекс защищает интеллектуальную собственность .....	128
12.2. Ведомственные акты .....	131
12.3. Арбитражная практика .....	136
<b>Глава 13. Нематериальный вклад в уставный капитал</b> .....	140
<b>Глава 14. Коммерческая концессия</b> .....	145
14.1. Франчайзинг в России .....	145
14.2. Регистрация договора коммерческой концессии. ....	148
14.3. Некоторые особенности договора коммерческой концессии .....	150
14.4. Коммерческая концессия в аспекте арбитражной практики .....	154
<b>Глава 15. Дистрибьюторский договор</b> .....	159
15.1. Понятие дистрибьюторского договора .....	159
15.2. Дистрибуция и коммерческая концессия .....	162
15.3. Дистрибуция и агентирование .....	166
15.4. Договорная территория .....	168
15.5. Преимущества грантора .....	169
15.6. Проблемные оговорки .....	171
15.7. Распределение прав на объекты интеллектуальной собственности .....	173
<b>Глава 16. Доверительное управление</b> .....	179
16.1. «Силуэт» доверительного управляющего исключительными правами .....	179

16.2. Доверительное управление	180
16.3. Управление интеллектуальной собственностью	184
16.4. Азы эффективного управления	185
<b>Глава 17. Фирменные наименования</b>	<b>187</b>
17.1. Право на фирму	187
17.2. Регистрация фирменных наименований	188
17.3. Фирменные наименования в коммерческом обороте	190
17.4. Фирменные наименования и недобросовестная конкуренция	191
17.5. Дублирование фирменных наименований	193
17.6. Использование чужих фирменных наименований	195
17.7. Фирменное наименование и товарный знак	198
17.8. Фирменное наименование и доменное имя в Интернет	199
17.9. Постановка права на фирменное наименование на бухгалтерский учет	200

### ЧАСТЬ 3. СПЕЦИФИКА

<b>Глава 18. «Черное золото»</b>	<b>205</b>
18.1. Нефтяные бренды	205
18.2. Изобретения	210
18.3. Полезные модели	227
<b>Глава 19. Спорт</b>	<b>230</b>
19.1. Патентование	230
19.2. Спортивные бренды	239
19.3. Авторские права (размышления на грани абсурда)	259
<b>Глава 20. Системы спутниковой навигации</b>	<b>261</b>
<b>Глава 21. Астрономия и космос</b>	<b>267</b>
<b>Глава 22. Тренинги</b>	<b>280</b>
<b>Глава 23. Перевозки и железнодорожный транспорт</b>	<b>284</b>
<b>Глава 24. Нанотехнологии</b>	<b>289</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b>	<b>297</b>