

Оглавление

Введение	4
Глава 1. Теоретические основы формирования стоимости товарных знаков, как объектов интеллектуальной собственности	9
1.1 Эволюция представлений о правовом и экономическом содержании интеллектуальной собственности и особенностях товарных знаков....	9
1.2 Содержание и формы реализации системы отношений интеллектуальной собственности в современных условиях	26
1.3 Экономическое содержание и формы вовлечения товарных знаков в финансово-хозяйственную деятельность компаний.....	32
Выводы по первой главе	46
Глава 2. Методические аспекты оценки стоимости товарных знаков в процессе их коммерциализации	48
2.1 Общий методический подход к оценке стоимости товарных знаков .	48
2.2 Оценка стоимости товарных знаков на основе учета стадий жизненного цикла бренда	52
2.3 Методы оценки стоимости товарных знаков на основе учета жизненного цикла бренда	60
2.4 Модель коммерциализации товарных знаков.....	98
Выводы по второй главе.....	120
Глава 3. Специфика оценки стоимости товарного знака, входящего в пул товарных знаков компании.....	122
3.1 Методические аспекты выделения товарного знака в пule товарных знаков компаний.....	122
3.2 Способ расчета стоимости единичного товарного знака в пule товарного знака компании.....	142
3.3 Оценка влияния результатов коммерциализации товарных знаков как объектов интеллектуальной собственности на результаты финансово-хозяйственной деятельности компании	147
Выводы по третьей главе	168
Заключение	171
Список литературы.....	177
Приложения.....	201