

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Тульский государственный университет»

Институт ИГДиС  
Кафедра «ГСАиД»

Утверждено на заседании кафедры  
«ГСАиД» «\_26\_» \_\_января\_\_ 2022\_г.,  
протокол №\_6\_



Заведующий  
кафедрой

\_\_\_\_\_ К.А. Головин

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ  
по дисциплине (модулю)  
«Интеллектуальная собственность» (модулю) по  
направлению подготовки  
54.03.01 «Дизайн»

С профилем  
Промышленный дизайн

Форма обучения: очно-заочная

Идентификационный номер образовательной программы: 540301-03-22

Тула, 2022 год

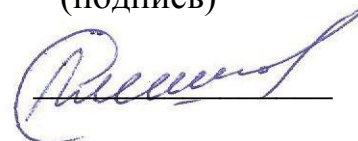
## Разработчик(и) методических указаний

Морозова Любовь Анатольевна, к.т.н., доц. каф. ГСАиД



(подпись)

Плешков Сергей Александрович, доц. каф. ГСАиД



(подпись)

## Цель и задачи самостоятельной работы

Целью СРС является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками по профилю будущей специальности, опытом творческой, исследовательской деятельности, развитие самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровней.

Задачи СРС:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретической подготовки;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;

- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на практических занятиях, при написании курсовых и выпускной квалификационной работ, для эффективной подготовки к итоговым зачетам и экзаменам.

Необходимость освоения большого и разнообразного материала в рамках дисциплины «Интеллектуальная собственность» предопределяет существенную долю самостоятельной работы студентов: умение пользоваться научной, справочной, методической литературой, владение навыками библиографического разыскания, знание основных источников и поисковых систем, владение методами и приёмами письменной коммуникации, создания разных типов и видов текстов. Вынесенные на самостоятельное изучение темы, способствуют формированию навыков сбора, обработки, интерпретации информации, в том числе и с использованием современных информационных технологий (электронные библиотеки, электронные версии журналов, базы данных).

Изучение дисциплины способствует саморазвитию и самосовершенствованию личности, расширению общекультурных компетенций обучающихся. В ходе освоения курса происходит закрепление представлений о интеллектуальной собственности для решения дизайнерских задач.

Программа должна быть освоена на уровне глубоких, устойчивых знаний, способных послужить основой для формирования профессионального исторического мировоззрения, креативного мышления студентов.

В процессе изучения курса предусматривается несколько форм контроля, обеспечивающих мониторинг усвоения знаний: подготовка конспектов, курсовая работа, итоговый экзамен.

На самостоятельную работу по в 5 семестре отводится 39,9 часа по очной форме обучения.

### **Содержание самостоятельной работы:**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование видов самостоятельной работы</b>	<b>Трудоемкость (в академических часах)</b>
1.	Подготовка к практическим (семинарским) занятиям.	20
2.	Подготовка к промежуточной аттестации.	9,9
3.	Работа с литературными источниками	10
<b>Итого</b>		<b>39,9</b>

### **Подготовка к практическим занятиям**

<b>№ п/п</b>	<b>Темы практических (семинарских) занятий</b>
------------------	--

5 семестр	
1	<p>Понятия права собственности:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. право</li> <li>2. собственность</li> <li>3. право собственности</li> <li>4. интеллектуальное право</li> <li>5. Гражданский Кодекс РФ (часть 4)</li> </ol>
2	<p>Интеллектуальны права их объекты и субъекты</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Объекты интеллектуальных прав</li> <li>2. Субъекты интеллектуальных прав</li> <li>3. Разделы интеллектуального права</li> <li>4. Различия между авторским и патентным правами в аспекте дизайна</li> <li>5. Три типа прав субъектов интеллектуального права</li> </ol>
3	<p>Авторское право и смежные права</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Объекты и субъекты авторского права и смежных прав</li> <li>2. Права автора произведения</li> <li>3. Исключительное право на произведение</li> <li>4. Виды договоров об авторских и смежных правах: договор об отчуждении исключительного права, лицензионный договор, договор авторского заказа</li> <li>5. Законные способы использования дизайнерских произведений</li> <li>6. Служебное дизайнерское произведение</li> <li>7. Специальные права</li> </ol>
<b>№</b> <b>п/п</b>	<b>Темы практических (семинарских) занятий</b>
4	<p>Патентное право</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Общие положения</li> <li>2. Объекты патентного права (изобретение, полезная модель, промышленный образец)</li> <li>3. Заявка на выдачу патента на промышленный образец</li> <li>4. Обеспечение качества охраноспособности промышленного образца</li> </ol>
5	<p>Право средств индивидуализации</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Субъект и объект права средств индивидуализации</li> <li>2. Товарные знаки и знаки обслуживания</li> <li>3. Обязанности обладателя товарного знака и знака услуг</li> <li>4. Разработка и использование дизайна товарного знака. Что должен дизайнер</li> <li>5. Защита прав обладателя товарного знака, знака услуг</li> <li>6. Наименование мест происхождения товара: фирменное наименование и коммерческое обозначение</li> </ol>

6	Право на нетрадиционные объекты <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Право на секрет производства (ноу-хау)</li> <li>2. Дизайнерское решение как ноу-хау</li> <li>3. Селекционное достижение</li> <li>4. Топология интегральных схем</li> <li>5. Рационалистические предложения</li> </ol>
7	Коллизионное регулирование авторских отношений в условиях развития Интернета (на примере России, США, Японии) <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Национально правовое и международного правовое коллизионное регулирование в сфере авторского права в иностранных государствах</li> <li>2. Определение применимого права в отношении правомерности обладания авторским правом (Бернская конференция об охране литературных и художественных произведений 1886г)</li> <li>3. Особенности коллизионного регулирования авторского права в интернете</li> <li>4. Особенности правового регулирования дизайнерской деятельности и реклама в странах западной Европы, США и Японии</li> </ol>

### Вопросы для самостоятельного рассмотрения

#### 1 Понятия права собственности:

6. Право
7. Собственность
8. Право собственности
9. Интеллектуальное право
10. Гражданский Кодекс РФ (часть 4)

Понятие права собственности

«Общество состоит не из людей, а из отношений между людьми». К. Маркс.

«Люди взаимодействуют или по закону, или по понятиям». Б. Березовский, соратник Б. Ельцина.

Законы бывают естественные (как заведено в природе), юридические (как установлено в государстве), моральные (как принято между честными людьми) и нравственные (как мне нравится или не нравится). Законы включают предписания и запреты. Юридические законы называют правом, хотя право подразумевает не только права, но и обязанности.

Право – система правил поведения, установленных государством и обеспечиваемых силой его принуждения.

«Государство – это машина принуждения». И. Сталин.

«Задача права вовсе не в том, чтобы лежащий во зле мир превратился в Царство Божие, а только в том, чтобы он до времени не превратился в ад». В. Соловьёв.

Различают отрасли права: гражданское право, уголовное право, международное право... Одним из важнейших базовых прав в обществе является право собственности.

Собственность – принадлежность чего-нибудь кому-нибудь с правом распоряжения.

Наставление: В размышлениях о собственности полезно применять системный подход, а именно – думать об отношениях между субъектами в отношении объектов.

(Схема в виде треугольника, не забыто государство).

Право собственности – это совокупность правовых норм, закрепляющих, регулирующих и охраняющих состояние принадлежности благ конкретным лицам. Право собственности прописано в Конституции страны, отношения субъектов хозяйственной деятельности подчиняются Гражданскому Кодексу Российской Федерации (ГК РФ).

Гражданский кодекс регулирует договорные и иные обязательства, имущественные и неимущественные отношения лиц между собой и с государством.

Лица бывают:

- юридические;
- физические;
- индивидуальные предприниматели.

Гражданские права основаны на:

- равенстве лиц;
- автономии воли лиц;
- имущественной самостоятельности лиц.

Нарушение прав собственности карается Уголовным Кодексом РФ.

Государство охраняет не саму собственность, а права лиц-субъектов в отношении конкретных объектов собственности. Свою собственность охраняют сами владельцы, правильно используя законодательство и разнообразные законные средства.

Назидание: ... никогда не отдавайте ваши денежки Базилио и Алисе без расписки, документально подтверждающей это действие их подписью. Иначе как же государство защитит вашу собственность?!

Если кто-то кое-где у нас порой нечестно поступит с вашей собственностью, то вам придется уже самим защищать своё право собственности с привлечением государственных органов.

Права собственности различаются в зависимости от специфики объектов:

- на предметы, движимые (вещи, денежные средства);
- на предметы недвижимые (строения, жилплощадь);
- на землю;
- на нематериальные ценности (творения человеческого разума) – «интеллектуальные права».

### **контрольные задания**

Подобрать видеоряд по теме: «Как начинающему дизайнеру учесть силу закона при разработке дизайна»

## **2 Интеллектуальные права их объекты и субъекты**

6. Объекты интеллектуальных прав
7. Субъекты интеллектуальных прав
8. Разделы интеллектуального права
9. Различия между авторским и патентным правами в аспекте дизайна
10. Три типа прав субъектов интеллектуального права

В гражданское право входит интеллектуальное право.

В интеллектуальном праве различают подотрасли: авторское право, патентное право, промышленное право...

Интеллектуальное право прописано в части четвёртой ГК РФ, которая начала действовать с 2008 года. В ней широко и системно реализован пункт Конституции РФ о праве «интеллектуальной собственности» (п.1 ст.44): «каждому гарантируется свобода литературного, художественного, научного и других видов творчества, интеллектуальная собственность охраняется законом». Многолетние дебаты ученых о термине «интеллектуальная собственность» привели к его замене более точным понятием «интеллектуальные права», которое теперь закреплено в ГК РФ.

Основной задачей интеллектуальных прав является стимулирование государством частной деятельности по созданию и использованию ценных результатов интеллектуальной деятельности граждан.

Интеллектуальные права, их объекты и субъекты

Интеллектуальные права – это имущественные и личные неимущественные гражданские права субъектов в отношении объектов – результатов интеллектуальной деятельности, средств индивидуализации и некоторых иных нематериальных объектов, которые прописаны в части 4-й Гражданского кодекса РФ.

Объекты интеллектуальных прав:

А. Объекты авторских и смежных прав (по сути – уникальные произведения):



1) произведения науки, литературы и искусства (архитектуры, дизайна);

2) программы для ЭВМ;

3) базы данных;

4) исполнения;

5) фонограммы;

6) сообщение в эфир или по кабелю, радио- или телепередач;

Б. Объекты патентного права (по сути – решения):

7) изобретения;

8) полезные модели;

9) промышленные образцы;

В. Средства индивидуализации (по сути – знаки-символы):

13) товарные знаки и знаки обслуживания;

14) фирменные наименования;

15) наименования мест происхождения товаров;

16) коммерческие обозначения.

Г. Так называемые нетрадиционные объекты (по сути – решения):

10) селекционные достижения;

11) топологии интегральных микросхем;

12) секреты производства (ноу-хау);

13) открытия;

14) рационализаторские предложения.

Субъекты интеллектуальных прав:

1) авторы результатов интеллектуальной деятельности;

2) исполнители;

3) телерадиовещательные компании;

4) издательства;

5) производственные предприятия;

6) государственные органы.

Примечание: Каждый субъект имеет права и, соответственно, обязанности.

Дизайнеру необходимо знать интеллектуальное право, чтобы:

- а) пользоваться защитой государства в отношении результатов своей интеллектуальной деятельности от присвоения другими и
- б) не нарушать по незнанию прав других лиц.

#### Разделы интеллектуального права

Результаты интеллектуальной деятельности дизайнера «охраняются» четырьмя разными разделами гражданского интеллектуального права соответственно, как четыре разных вида объектов:

- 1) авторским правом охраняются те, что прямо перечислены в ГК РФ: «произведения графики, дизайна, ... декоративно-прикладного и сценографического искусства, ... архитектуры, ... садовопаркового искусства, в том числе в виде проектов, чертежей, изображений и макетов».
- 2) патентным правом охраняются защищенные патентом художественно-конструкторские решения (промышленные образцы) и технические решения (изобретения, полезные модели).
- 3) правом средств индивидуализации защищаются зарегистрированные в патентном ведомстве товарные знаки и знаки обслуживания, фирменные наименования, наименования мест происхождения товаров, коммерческие обозначения.
- 4) правами на нетрадиционные объекты охраняются секреты производства (ноу-хау) и др.

Патентное право, права на средства индивидуализации и права на нетрадиционные объекты принято объединять в условную смешанную группу под названием «промышленное право». Под словом «промышленное» подразумеваются и сферы сельского хозяйства, здравоохранения, отдыха и прочие.

#### Различие между авторским и патентным правами в аспекте дизайна

**Искусство** – интеллектуальная деятельность, которая производит духовные ценности; в произведении искусства наша «западная» цивилизация ценит уникальность, неповторимость. Искусство (особое умение) художника порождает неповторимое (даже им, не то что другими) произведение живописи или поэзии, или хореографии. Дизайнер тоже может создать произведение дизайна, которое нельзя повторить. Закон не различает произведения искусства и обладающие уникальностью произведения дизайна. Права автора и владельца произведения, как интеллектуальной собственности, охраняются авторским правом.

**Промышленность** же для своего серийного производства сначала создает (интеллектуальным трудом творчески одаренных людей – своих ли работников, сторонних ли специалистов) решение изделия (устройства, способа изготовления, внешнего вида изделия или упаковки). Предприятия (организации) обзаводятся также средствами индивидуализации (торговыми символами – знаками) для выделения своих товаров и услуг среди других – они тоже кем-то созданы. Права владельцев этих полезных промышленности продуктов интеллектуального труда охраняются промышленным правом (синоним: правом промышленной собственности), причем не любых продуктов, как в авторском праве, а только получивших от государственной экспертизы статус охраняемых. Этот статус подтверждается специальным документом – патентом (для решений) или свидетельством (для знаков). За присвоение этого статуса (за выдачу патента) и обеспечение прав владельца названного в патенте решения владелец платит государству немалую пошлину.

Примечание: Права авторов произведений (рисунков, персонажей и т.п.), ставших средствами индивидуализации, охраняются, конечно же, авторским правом.

**Дизайн** – творческая деятельность по формированию предметной среды, отвечающей материальным и духовным потребностям человека, а также продукты этой деятельности [ХанМагомедов С., доктор искусствоведения, статья в бюллетене «Техническая эстетика», 1981, №4, с. 6]. Дизайн индустриального общества был создан к 1930 г. как мост между искусством, создававшим в Новое время лишь духовные ценности, и промышленностью, создававшей только ценности материальные. Поэтому права создателей и владельцев продуктов дизайна охраняются сейчас как по авторскому праву, так и по промышленному праву, а то и по обоим сразу.

**Идеи дизайнера не рассматриваются государством как интеллектуальная собственность**, и оно не защищает прав дизайнера на его идеи, какими бы ценными они ни казались, какими бы выстраданными они ни были. Использование идей (не целостных произведений и не охраноспособных решений, а именно идей) дизайнера в чьих-либо произведениях допускается или порицается обществом морально, но не юридически. Репутация профессионала формируется годами безупречной работы, и настоящий дизайнер не допускает плагиата, даже случайного.

**Плагиат** – выдача чужого произведения или даже фрагмента за свое – это воровство в интеллектуальной сфере. «Художники и проектировщики обычно используют работу других художников для цитирования или вдохновения. Вузы дизайна поощряют этот тип исследования. Однако имеется различие между “под впечатлением” и “копированием”. Когда студент представляет копию работы другого художника как свою собственную, это называется плагиат. При

представлении письменного материала любые слова другого человека должны быть помещены в форме цитаты и с указанием источника. Если материал перефразируется или излагается в собственных словах студента, исходную ссылку также необходимо обеспечить». Используемые аналоги должны быть названы или даже представлены в материалах проекта.

### **3 Авторское право и смежные права**

8. Объекты и субъекты авторского права и смежных прав
9. Права автора произведения
10. Исключительное право на произведение
11. Виды договоров об авторских и смежных правах: договор об отчуждении исключительного права, лицензионный договор, договор авторского заказа
12. Законные способы использования дизайнерских произведений
13. Служебное дизайнерское произведение
14. Специальные права

Авторское право и смежные права образуют тесную группу и различаются между собой лишь объектами и, соответственно, нюансами применения. И те, и другие делятся на исключительные, личные неимущественные и иные для отдельных случаев.

Авторские права даются автору с момента создания произведения. Исключительное право переходит к лицу, которое приобрело его от автора; право на использование произведения переходит по лицензии – доход от этого позволяет автору творить дальше.

Смежные права – права по отношению к исполнениям, постановкам, фонограммам, сообщениям вещания, базам данных, а также публикациям произведений, ставших общественным достоянием. По разным этим интеллектуальным объектам смежные права различаются. Например, узаконены разные сроки действия исключительных прав: исполнения – ... 50 лет ...; публикации – ... 25 лет...; базы данных – ... 15 лет ...

#### **Объекты и субъекты авторского права и смежных прав**

Авторское право не распространяется на идеи, факты, концепции, принципы, методы, процессы, системы, способы, решения технических, организационных или иных задач, языки программирования и (пока) открытия.

Авторское право распространяется только на произведения науки, литературы и искусства (в том числе дизайна), существующие в какой-либо объективной (доступной для восприятия других людей) форме:

- письменной (рукопись, перевод, сценарий, ...);
- аудиозаписи, видеозаписи, компьютерной цифровой ...;
- изображения (рисунок, эскиз, картина, план, чертеж, фотография ...);
- объемно-пространственной (скульптура, модель, макет, сооружение ...);
- выступления (лекция, пение, музыка, танец, пантомима, цирк и др.);
- в других формах (которые вы создадите своим творчеством).

Авторское право на произведение не связано с правом собственности на материальный объект, в котором произведение выражено.

Наставление: Авторское право на произведение возникает с момента его создания, и никаких действий или формальностей не требует. Предоставление авторско-правовой охраны государством не зависит от назначения и достоинства произведения, т.е. автор не обязан никому доказывать «качество» произведения – художественную или практическую значимость, идейное значение, соответствие каким-либо требованиям и т.д. То есть, если какой-нибудь чиновник или инспектор-налоговик, или бухгалтер заявит, что сомневается в том, что ваш рисунок (эскиз, чертеж) это «произведение дизайна», то он сам и должен доказать тому, кому это зачем-то нужно, что это не произведение дизайна. А от автора никаких доказательств не требуется по Закону. Но автор может зарегистрировать своё произведение у нотариуса, в общественной организации, в некоторых случаях – и в государственных учреждениях. Или, лучше, в Российском авторском обществе (РАО), но там за регистрацию придется заплатить. Регистрация упростит подтверждение авторских прав на произведение, если это потребуется.

Знак © (произносится «знак копирайт») – знак охраны авторских прав – оповещает об исключительных авторских правах указанного далее обладателя на все данное произведение или указанную часть. Он помещается на каждом экземпляре произведения и обязательно имеет три текстовых элемента: ©, имя или наименование обладателя, указание части произведения, на которое обладатель имеет право (если не на все произведение), год первого опубликования произведения. Юридического значения знак «копирайт» не имеет, но утверждение иного по закону требует доказательства.

Смысл знака © в следующем: «указанное здесь лицо считает себя обладателем исключительных прав на данное произведение или указанную часть с указанного года».

Наставление: Если на вашей учебной работе по рисунку или живописи, взятой в фонд кафедры, нет вашего копирайта (хотя бы ясной подписи фамилии), то при удалении ее из фонда она не сможет быть возвращена вам! Если какой-нибудь шутник или негодяй подпишет ваше произведение своим копирайтом, то это не означает никаких его действительных прав, но доставит вам огорчение. Цените свои произведения! Или займитесь в жизни чем-то более легкомысленным, чем создание произведений.

Знак охраны смежных прав отличается от знака «копирайт» только буквой Р вместо буквы С (Р происходит от английского Phonogramm – фонограмма), а статус его такой же – указательный, не более.

Субъектами авторского права являются автор или соавторы произведения, их наследники, владелец произведения, заказчик произведения, работодатель и работник-автор. Сложный вопрос разделения исключительного права между соавторами решается ими самими и оформляется договором между ними.

### **Права автора произведения**

Автором произведения науки, литературы или искусства признается (по ГК РФ) гражданин, творческим трудом которого оно создано. К автору приравнены соавторы. (В других странах автором может быть юридическое лицо).

Авторские права, как и другие интеллектуальные, делятся на:

- 1) личные неимущественные права автора (по сути – «моральные»);
- 2) исключительное право на произведение (по сути – «имущественное», «материальное», «экономическое»);
- 3) специальные права (право на вознаграждение в случаях «служебного произведения» и других, право на отзыв, право следования при перепродаже произведения изобразительного искусства, право доступа к своему произведению изобразительного искусства, другие – см. ниже и в Законе).

Личные неимущественные права автора неотчуждаемы и бессрочны, они включают:

- право авторства – право признаваться автором произведения, имеющим все авторские права на вновь созданное им произведение;
- право автора на имя – право использовать или разрешать использовать произведение под своим именем или псевдонимом или анонимно;
- право на обнародование произведения лишь с момента его завершения, по мнению автора;
- право на отзыв ранее обнародованного произведения, но при условии возмещения убытков лиц, причастных к этому; право на отзыв не подлежит применению в отношении программ для ЭВМ, служебных произведений (см. ниже) и так называемых сложных объектов (см. ниже).
- право на неприкосновенность произведения – без согласия автора не допускается внесение изменений, сокращений и дополнений, снабжение произведения (при его использовании) иллюстрациями, предисловием, послесловием, комментариями, пояснениями, ссылками, сносками.

**Наставление:** Не используйте чьё-либо произведение в качестве материала для своего творения. Среди художников, дизайнеров и архитекторов бытует поверье о мести высших сил тем художникам, которые используют произведения предшественников в качестве материала для своего творения. Например, – о причине неудачи карьеры талантливейшего архитектора Баженова после разборки деревянного Летнего дворца царя Алексея Михайловича в селе Коломенском для стройки Большого Кремлевского дворца.

Исключительное право на произведение – единое и неделимое. Оно является имущественным, экономическим правом, то есть произведением можно распорядиться как неким необычным, но ценным имуществом, что обеспечит доход создателю и его наследникам.

Первоначально исключительное право возникает у автора, оно принадлежит ему в течение всей жизни, а после кончины автора – его наследникам еще 70 лет; оно может быть отчуждено (передано – продано или подарено) им другому лицу по договору. Исключительное право переходит по наследству.



Исключительное право позволяет его обладателю:

а) использовать произведение по своему усмотрению в любой форме и любым не противоречащим закону способом;

б) распорядиться исключительным правом на произведение, а именно:

- передать его другому лицу по договору об отчуждении исключительного права;

- предоставить другому лицу право использовать произведение по лицензионному договору (лицензии исключительной или простой).

### **Виды договоров об авторских и смежных правах**

Понятия «авторский договор» с 2008 года не существует. Между субъектами авторского и смежных прав предусмотрены следующие три вида договоров:

1) Договор об отчуждении исключительного права заключается в письменной форме; государственная регистрация не требуется. Договор может быть как возмездным, так и безвозмездным.

Наставление: Как и в любом другом договоре, надо постараться продумать и прописать в нем все существенное для вашего будущего.

2) Лицензионный договор должен заключаться в письменной форме, он может быть как возмездным, так и безвозмездным. Он продолжает действовать даже тогда, когда исключительное право на произведение перешло от прежнего обладателя к другому лицу (поэтому приобретатель исключительного права должен хорошо разузнать, что именно он покупает).

О чем должно быть сказано в лицензионном договоре:

1) произведение;

- 2) характер лицензии (исключительная или простая);
- 3) способы использования произведения (из числа законных);
- 4) срок;
- 5) территория;
- 6) возможность сублицензирования (дальнейшего предоставления лицензиатом прав использования другим лицам);
- 7) вознаграждение либо указание на безвозмездность.

Пример лицензионного договора см. Учебник Близнеца стр. 134.

### 3) Договор авторского заказа

По договору авторского заказа (ДАЗ) одна сторона (автор) обязуется по заказу другой стороны (заказчика) создать обусловленное договором произведение на материальном носителе или в иной форме. ДАЗ является специально предусмотренным ГК РФ видом договоров. В ДАЗ должны быть определены основные признаки (критерии, характеристики) создаваемого произведения – чем подробнее, тем меньше вероятность возникновения в дальнейшем споров относительно выполнения сторонами их обязанностей по договору. Об отчуждении исключительного права или о лицензировании прав использования должно быть сказано конкретно в ДАЗ либо в отдельном прилагаемом договоре. ДАЗ предполагается возмездным, если им не предусмотрено иное. Срок исполнения ДАЗ автором должен быть ясно указан в договоре. Законом предусмотрена возможность автора воспользоваться дополнительным льготным сроком (1/4 договорного или, по соглашению сторон, больше) при необходимости и наличии уважительных причин. Но законом предусмотрены и случаи, когда из-за срыва срока заказчик вообще теряет интерес к произведению (например, сценарий новогоднего представления в январе не нужен).

1. Составить лицензионный договор на любой объект дизайна (профиль направления).
2. Составить договор авторского заказа на разработку объекта дизайна (профиль направления).

## **4 Патентное право**

5. Общие положения
6. Объекты патентного права (изобретение, полезная модель, промышленный образец)
7. Заявка на выдачу патента на промышленный образец
8. Обеспечение качества охраноспособности промышленного образца

В XIV веке в Англии впервые была выдана грамота короля на привилегированное использование новой технологии – patent. В 1883 году была принята Парижская конвенция по охране промышленной собственности.

Промышленная собственность – это совокупность прав на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки (знаки обслуживания), фирменные наименования ..., а также прав, относящихся к защите против недобросовестной конкуренции.

Определение «промышленная» – условность, так как подразумеваются и сферы сельского хозяйства, медицины, образования, досуга и другие.

В России к объектам промышленной собственности относят: изобретения, полезные модели и промышленные образцы, товарные знаки и знаки обслуживания, фирменные наименования. Отношения их создателей, владельцев и пользователей между собой и с государством регулируются следующими подотраслями промышленного права:

- патентным правом,

- правом на средства индивидуализации,

- правом на нетрадиционные объекты, в т.ч. на секреты производства (ноу-хау)

– и их подзаконными актами (Правилами, Разъяснениями, Инструкциями и др.).

Патентное право (ГК РФ, часть 4, статьи \_\_\_\_ - \_\_\_\_)

Патентное право – отрасль законодательства, нормы которой регулируют отношения, возникающие в связи с созданием, правовой охраной и использованием изобретений, полезных моделей и промышленных образцов.

Субъекты патентного права: автор или соавторы объекта, патентообладатель, работодатель и работник, государство (в лице компетентного органа).

Автор изобретения, полезной модели, промышленного образца

Автором изобретения, полезной модели, промышленного образца признается физическое лицо, творческим трудом которого они созданы.

Если в создании объекта промышленной собственности участвовало несколько физических лиц, все они считаются его авторами. Порядок пользования правами, принадлежащими авторам, определяется соглашением между ними.

Не признаются авторами физические лица, не внесшие личного творческого вклада в создание объекта промышленной собственности, оказавшие автору (авторам) только техническую, организационную или материальную помощь либо только способствовавшие оформлению прав на него и его использование.

Право авторства является неотчуждаемым личным правом и охраняется бессрочно.

Патентообладатель

Патент на изобретение, полезную модель или промышленный образец выдается:

- автору объекта;

- физическим и (или) юридическим лицам (при условии их согласия), которые указаны автором до момента регистрации объекта Роспатентом;
- работодателю – в предусмотренных Законом случаях так называемого «служебного изобретения (полезной модели, промышленного образца)».

Патент – это документ, выданный компетентным государственным органом и удостоверяющий:

- признание заявленного объекта изобретением, полезной моделью или промышленным образцом;
- авторство (физического лица или группы физических лиц, но не юридического лица);
- исключительное право патентообладателя на указанный объект.

Объекты патентного права

Патентами защищаются от незаконного использования следующие объекты промышленной собственности:

- изобретение – техническое решение изделия...;
- полезная модель – конструктивное решение средства производства или предмета потребления ...;
- промышленный образец – решение эстетической стороны изделия ...

Изобретение

Определение: Изобретение – техническое решение изделия (устройство, способ, вещество, микроорганизм), обладающее качествами охраноспособности (патентоспособности).

Качества охраноспособности: Изобретению предоставляется правовая охрана, если оно является новым, имеет изобретательский уровень и промышленно применимо.

Срок действия патента на изобретение: 20 лет, считая с даты поступления заявки в Патентное ведомство.

Объем правовой охраны, предоставляемой патентом на изобретение, определяется формулой изобретения.

Формула изобретения – это выражающий сущность изобретения перечень существенных признаков, разделенный на две части: признаки ограничительные (совпадающие с ближайшим аналогом) и признаки отличительные (отличающие его от аналога). Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на выдачу патента на изобретение требуют четкости при написании формулы. Для характеристики устройств, способов, веществ, штаммов предписано использовать такие виды признаков, как наличие элементов, наличие связи между элементами, взаимное расположение элементов, форма элемента, форма связи между элементами, характеристики элемента, материал элемента и др.

Для характеристики изобретения-вещества применяются другие виды признаков, в частности, количественные соотношения ингредиентов смеси или сплава, качественный и количественный состав атомов в молекуле.

Примечание: Чем меньше признаков, тем труднее конкурентам обойти вашу монополию. Например, как обойти швейную машинку, у которой всего лишь один существенный отличительный признак: «игла имеет отверстие для нитки вблизи острия»?!

Полезная модель

Определение: Полезная модель – конструктивное решение (выполнение) средства производства или предмета потребления или их части, обладающее качествами охраноспособности (патентоспособности).

Качества охраноспособности: Полезной модели предоставляется правовая охрана, если она является новой и промышленно применимой.

Срок действия патента: Патент на полезную модель действует в течение 10 лет, считая с даты поступления заявки в Патентное ведомство; действие может быть продлено не более чем на 3 года.

Объем правовой охраны, предоставляемой патентом на полезную модель, определяется формулой полезной модели. Формула полезной модели – это выражающий сущность решения перечень существенных признаков, разделенных на совпадающие с ближайшим аналогом («ограничительные») и на отличающие его от него («отличительные»). Для характеристики полезной модели используются такие признаки, как: наличие элементов, наличие связи между элементами, взаимное расположение элементов, форма элемента, форма связи между элементами, характеристики элемента, материал элемента, среда, выполняющая функцию элемента. Совокупность признаков должна быть достаточна для достижения указанного заявителем технического результата.

### Промышленный образец

Исторически в культуре сложилось так, что искусство и производство, некогда единые в ремесле, после эпохи Ренессанса разделились. В искусстве главным интеллектуальным достижением стала уникальность художественного решения, а в технике, как основе производства, – техническое решение. Уникальность охраняется авторским правом. Технические решения защищаются патентным правом. Как же охранять дизайнерское решение, занимающее промежуточное положение между искусством и техникой? Для этого был создан институт патентной охраны внешнего вида изделий – промышленных образцов.

Предметом охраны патента на промышленный образец являются особенности дизайнерского (художественно-конструкторского) решения внешнего вида промышленного изделия.

Определение: Промышленным образцом признается художественно-конструкторское решение изделия, определяющее его внешний вид, обладающее качествами охраноспособности (патентоспособности).

Входящие в определение термины можно разъяснить так:

Решение – результат мыслительной деятельности, конкретный вариант из множества возможных, итог работы над умно поставленной задачей.

Конструкторское – относящееся к структуре объекта.

Художественное – обладающее определенным чувственным воздействием и эстетической ценностью, создающее соответствующий образ, выразительное.

Художественно-конструкторское решение – результат художественного конструирования.

Определяющее внешний вид изделия – именно такой, как показано на фотографии и описано текстовым перечислением признаков.

Результат дизайна не сводится лишь к внешнему виду. Мировым сообществом преподавателей дизайна (ещё в 1964 году, в г. Брюгге, Бельгия) принято определение дизайна как деятельности, главным результатом которой является нахождение таких структурных связей в изделии, которые делают изделие целостным как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения изготовителя. Но государство защищает в качестве промышленного образца только решение внешнего вида.

Качества охраноспособности промышленного образца: новизна, оригинальность и промышленная применимость.

Наставление: Качества охраноспособности заявленного на патентование художественноконструкторского решения оценивает эксперт. Его задача – выявить, из материалов заявки, «неновизну», «неоригинальность» и «неприменимость в промышленности» вашего шедевра. Логика его экспертизы строга, но совсем не сложна, и дизайнер должен думать сообразно ей, когда разрабатывает новый и оригинальный промышленный дизайн – см. п. 3.1.4.

Следующие объекты не могут быть запатентованы в качестве промышленного образца:

- обусловленные исключительно технической функцией;
- объектов архитектуры (кроме предусмотренных в МКПО – Международном классификаторе промышленных образцов: дома, гаражи и прочие сооружения), промышленных, гидротехнических и других стационарных сооружений;
- печатной продукции как таковой (но в МКПО значится книга);
- объектов неустойчивой формы из жидких, газообразных, сыпучих или им подобных веществ;



- изделий, противоречащих общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Различают промышленные образцы плоские, объемные или составляющие их сочетание.

Промообразец может быть единичным или многообъектным (комплект, набор, шрифт как система знаков, система пиктограмм, табло).

**Срок действия патента на промообразец: 15 лет, потом возможно продление за плату не более чем на 10 лет.**

Объем правовой охраны, предоставляемой патентом на промышленный образец, определяется перечнем существенных признаков (см. ниже).

#### **Заявка на выдачу патента на промышленный образец**

Для получения патента необходимо подать заявку в патентное ведомство страны. Заявка оформляется по строгим и четким Правилам. В Заявке даются и юридические сведения об авторах и заявителях, и изображения объекта, и текстовое описание с обоснованиями патентоспособности, и перечень существенных признаков.

Наставление: Оформление и подача Заявки на промообразец, переписка по ней являются ответственным делом, которое лучше поручить специалисту – патентному поверенному. Однако участие дизайнера-автора в этом деле почти необходимо, поэтому дизайнер, создающий промообразец, должен разбираться в тонкостях этого дела. У профессионального дизайнера разработка и патентная защита неразделимы; мысли, графические и текстовые документы дизайнера должны подходить для Заявки на патент.

Перечень существенных признаков в описании к заявке на промышленный образец является юридически важным, ведь именно он определяет объем правовой охраны, является концентрированной формулой решения. Его лучше составить самому дизайнеру-автору.

Он начинается с названия промообразца, затем перечисляются существенные признаки.

Решение внешнего вида изделия может характеризоваться многими признаками, но из них следует использовать только те, которые являются существенными для достижения художественности, новизны и оригинальности. Изложение перечня рекомендуют вести по принципу «от общего к частному». Сначала надо охарактеризовать общий зрительный образ, общую форму, затем следует

описать основные композиционные элементы и их взаимное расположение, форму, фактуру и цвет, а существенные нюансы оставить на конец. Для характеристики решения комплекта (набора, гарнитура, сервиза) изделий Правила называют еще такие признаки, как: характер взаимодействия частей, соподчиненность элементов, пропорциональный строй. Перечень существенных признаков промышленного образца необходимо разделить на «ограничительную» часть и «отличительную».

Ограничительная часть включает существенные признаки, сходные с ближайшим аналогом. Она начинается сразу вслед за названием изделия, со слова «характеризующийся (-аяся, -еяся)».

Отличительная часть перечисляет существенные отличительные признаки – те, которые отличают Ваше решение от ближайшего по внешнему виду. В тексте они должны быть отделены от ограничительной части словом «отличающийся (-аяся, -еяся)» и начинаться словом «наличием» или «выполнением», или т.п. Существенные отличительные признаки как раз и составляют суть патентованного решения, они обязательно приводятся в патенте вместе с фотографией внешнего вида. В этом перечне существенные признаки должны быть необходимыми и достаточными, то есть не должно быть лишних и ни один нельзя упустить.

**Примечание:** Чем меньше признаков, тем труднее конкурентам обойти вашу монополию. Например, как конкурентам обойти ваш промобразец, если «деревянный стул имеет профиль в виде остроугольного зигзага»?

#### **контрольное задание**

Составьте образец заявки на выдачу патента на промышленный образец (индивидуально по указанию преподавателя). Представьте оригинальность дизайнерского решения с точки зрения патентного права (поиск аналогов, содержащих отличительные признаки, заявленного решения, на примере КР).

## **5 Право средств индивидуализации**

7. Субъект и объект права средств индивидуализации
8. Товарные знаки и знаки обслуживания
9. Обязанности обладателя товарного знака и знака услуг
10. Разработка и использование дизайна товарного знака. Что должен дизайнер
11. Защита прав обладателя товарного знака, знака услуг
12. Наименование мест происхождения товара: фирменное наименование и коммерческое обозначение

Право средств индивидуализации участников гражданского оборота и производимой ими продукции, работ, услуг

Что значит «средство индивидуализации»? ... По-английски – айдентика (identica – средства выделения среди похожих). По своей сути, средства индивидуализации являются знаками.

**Наставление:** Знак вообще – это любой объект восприятия (пятнышко, царапина, шорох, запах...), который воспринят воспринимающим (человеком, кошкой, мухой) как обозначение реального предмета или явления или идеи (пора поесть! опасность!). Знаками занимается наука семиотика. Пионер семиотики Пирс показал, что есть три типа знаков, причем любой знак может быть отчасти одного и отчасти другого типа.

Знаки-иконы изображают предметы, они неудобны для обозначения явлений и непригодны для обозначения идей.

Знаки-индексы обозначают предметы и явления по принципу «часть целого» или «причинаследствие», например, ножницы служат обозначением портного или парикмахерской, запах дыма – опасности пожара; слово «мяу» означает кошку; они предполагают догадливость получателя.

Знаки-символы могут обозначить хоть предмет, хоть явление, хоть идею, но их нужно заучивать; это все слова любого языка, кроме звукоподражательных, буквы и цифры, символы религии (в том числе иконы). Иконки интерфейса вашего компьютера относятся отчасти к символам, отчасти к индексам, но не к иконам.

Каким типом знаков являются средства индивидуализации, например, товарный знак, который вы изобретаете? Это стоит обдумать!

### **Субъекты и объекты права средств индивидуализации**

Субъектами права средств индивидуализации являются их владельцы – юридические лица. Физическое лицо может заявить знак на свое имя, если оно обладает статусом индивидуального предпринимателя. Авторы средств индивидуализации не являются субъектами прав средств индивидуализации, и их отношения с владельцами регулируются авторским правом. Но для толковой разработки средства индивидуализации (товарного знака, знака обслуживания, логотипа, логошита и т.п.) дизайнер должен знать основы права средств индивидуализации.

Виды средств индивидуализации (торговых символов), охраняемых законом

- товарные знаки (для товаров) и знаки обслуживания (для услуг);
- наименование места происхождения товара;
- фирменное наименование.

### **Товарные знаки и знаки обслуживания (в т.ч. логотипы, упаковки и этикетки)**

Впервые в мире закон о товарных знаках появился во Франции в 1867 году.

В СССР были свои специфические нерыночные законы.

В России с 1992 года действовал Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров». Ныне действует Часть 4-я ГК РФ, ст. \_\_\_\_-\_\_\_\_.

Определение: Товарный знак – обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Знак обслуживания – обозначение, предназначенное для индивидуализации выполняемых юридическими лицами либо индивидуальными предпринимателями работ или оказываемых ими услуг. По сути, товарный знак – это символ, замещающий на товаре того, кто ответственен за качество этого товара. Главная функция товарного знака – индивидуализация товаров или услуг конкретного их производителя. Индивидуализация – выделение из массы однородных [товаров или услуг]. Товарный знак не обязан ничего разъяснять, объяснять. Он может что-то выражать на тему неповторимости производителя товара. Он должен выгодно отличаться от знаков конкурентов. А еще товарный знак должен обладать качествами охраноспособности (об этом ниже).

Товарный знак, которым маркируются производимые товары (оказываемые услуги), является активным связующим звеном между изготовителем и потребителем, выступая в роли безмолвного продавца. Наряду с отличительной функцией, популярный товарный знак вызывает у потребителей определенное представление о качестве продукции. Потребителям свойственно наделять человеческими качествами того, кто скрывается за маской товарного знака. Являясь своего рода визитной карточкой предприятия, товарный знак обязывает предприятие дорожить своей репутацией и постоянно заботиться о повышении качества выпускаемой им продукции. Одной из важных функций товарного знака является также

реклама выпускаемых изделий, поскольку завоевавший доверие потребителей товарный знак способствует продвижению товаров, маркированных данным знаком (на мировом рынке цена изделий с товарным знаком в среднем на 15—25% выше, чем цена анонимных товаров). Наконец, товарный знак служит для защиты выпускаемой продукции от подделок на рынке и применяется в борьбе с недобросовестной конкуренцией.

Примечание: Аналогичные функции выполняются и таким средством обозначения продукции, как наименование места происхождения товара.

Товарный знак, как и знак обслуживания, может:

а) иметь форму просто словесную («словесное обозначение» по Закону), причем записаны просто буквами русского или другого языка не важно каким шрифтом (например, Оренбургские платки или LG – «Эл-джи»).

Примечание: Если же это слово (или сочетание слов) имеет оригинальное графическое решение, то такой товарный знак (знак обслуживания) в типографике называется «логотип» (например, ). В законе про логотипы умолчали. Строго говоря, логотип должен быть пригоден к использованию в длинном тексте как слово-знак (по латыни «логотип») и не может быть не в одну строчку. А жаргон «logo» («лого», «логотип»), пришедший с Запада и означающий там у них «товарный знак», не корректен и не должен бы засорять русский язык..

б) иметь форму графического знака («изобразительное обозначение» по Закону, например, знак автомобилей марки «Мерседес» или изображение узнаваемого в любой позе Зеленого Великана – называемое рекламщиками «логошит»).

в) быть «комбинацией» графического знака с графически решенным текстом (например, в синем наклонном эллипсе).

г) быть «объемным обозначением» (например, бутылка Кока-Колы).

д) быть «другим» (например, последовательность музыкальных звуков – джингл – или звукозапись как знак радиостанции или радиопередачи).

Качества охраноспособности промышленного образца

Компетентный государственный орган Роспатент регистрирует в качестве товарного знака и/или знака обслуживания только обозначения (знаки), обладающие качествами охраноспособности. Экспертиза охраноспособности состоит в проверке заявленного знака следующим требованиям закона.

Законом запрещены к регистрации обозначения:

- не обладающие различительной способностью – буквы и цифры, не имеющие характерного графического исполнения; сочетания букв, не имеющие словесного характера; реалистические или схематические изображения товаров, заявляемые на регистрацию для обозначения этих товаров;
- состоящие только из неохраноспособных элементов, таких как:
  - вошедшие во всеобщее употребление обозначения товаров определенного вида;
  - общепринятые символы и термины;
  - \*обозначения, характеризующие товары, а именно их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность; указывающие на время, место, способ их производства или сбыта;
  - изображения формы товаров, которая определяется свойством или назначением товаров;
  - \*сходные с государственной символикой, символикой международных и межправительственных организаций;
  - \*сходные с официальными клеймами, печатями, наградами и другими знаками отличия;
  - ложные или способные ввести потребителя в заблуждение;
  - противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали – антигосударственные или антиобщественные лозунги; неэтично примененная

государственная символика; обозначения, затрагивающие религиозные чувства и оскорбляющие человеческое достоинство, в том числе слова и изображения непристойного характера; обозначения, антигуманные по характеру;

- изображающие объекты, перечисленные в п. 4 ст. 1483 ГК РФ (например, объекты культурного наследия народов РФ); исключение может быть сделано для собственников этих объектов либо с их согласия;
- тождественные или сходные до степени смешения с «живыми» товарными знаками, принадлежащими другим лицам, или с заявленными на регистрацию, на однородные товары; исключение может быть сделано в случае согласия владельцев таких более ранних товарных знаков, сходных до степени смешения (например, +P и +P);
- тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым наименованием места происхождения товара, фирменным наименованием (либо его частью) или коммерческим обозначением (либо его частью), наименованием селекционного достижения;
- тождественные названиям известных в РФ произведений науки, литературы или искусства, персонажам или цитатам из таких произведений, произведениям искусства или их фрагментам;
- тождественные имени, псевдониму факсимиле или портрету известного в РФ лица;
- тождественные промышленному образцу;
- тождественные доменному имени.

Примечание: \* – отмечены запреты, для которых Законом предусмотрены исключения [1, с. 334, 335].

Тождественные – значит, совпадающие во всех элементах.

Сходные до степени смешения – ассоциирующиеся друг с другом.

«Живой» товарный знак – действующий, не снятый с охраны.

Однородные товары – товары одного класса по классификатору товарных знаков.

Срок действия регистрации товарного знака, знака обслуживания: 10 лет, но можно продлять срок еще и еще и еще на 10 лет, не забывая при этом уплачивать пошлину.

Объем правовой охраны, предоставляемой зарегистрированному знаку: на один или несколько классов товаров и услуг, по которым получена охрана и за которые уплачена пошлина.

Разработка и использование дизайна товарного знака/знака обслуживания

Чтобы получить от государства правовую охрану и защиту, торговый символ (обозначение) необходимо зарегистрировать в Государственном патентном ведомстве РФ – оформить и послать Заявку, оплатив пошлину, и, при необходимости, успешно проведя переписку с экспертизой.

Наставление: Это непростое дело лучше поручить специалисту – «патентному поверенному», зарегистрированному в Патентном ведомстве, или хотя бы опытному патентоведу солидного предприятия.

Но и без автора-дизайнера здесь не обойтись, ведь он лучше других разобрался в проектной проблеме. Чтобы знак получился работающим и защищенным, дизайнер должен поработать над ним как художник-проектировщик.

### **Дизайнер должен:**

1) создать работоспособный знак, отвечающий требованиям охраноспособности, названным выше. За их обеспечение дизайнеру и платят, а не за ворох вариантов знака на выбор незадачливого заказчика. А также – за обеспечение ряда других – функциональных и художественно-образных, рекламно-маркетинговых – свойств спроектированного знака. Так, знак не обязан выражать, а тем более иллюстрировать то, чем занимается фирма или к какому виду относятся обозначаемые им услуги. Его назначение – выделить товар, услугу, саму фирму среди конкурентов. Но, конечно, знак должен не ассоциироваться у его зрителей с чем-то нежелательным для фирмы. Плохо спроектированный знак плохо работает на изделии, упаковке, рекламном плакате, в голове покупателя. Хороший знак хорошо работает.



Хорошо спроектированный знак из года в год дорожает на рынке, если за ним действительно безупречная репутация владельца. На него, как на знак-символ, налипает общественно значимый смысл. Например, фирма Nestle в 1990 году заплатила за славный «Kit-Kat» 4,5 млрд. долл. Плохой же владелец превратит ваш хорошо спроектированный знак в пугало. Вывод: принимаясь за проектирование товарного знака, распишите задачи вашего проекта и под них запросите нормальную оплату. Если заказчик вам не доверяет (не платит аванс 50% сразу), то не надо с ним маяться. Когда спроектируете хороший знак (сами выберете из миллиона возможных вариантов один, ведь выбор – это акт творчества), честно и весомо обоснуйте все его заказанные в договоре и техническом задании свойства – умный заказчик на «ура» примет такой проект и оплатит его без задержек.

Если же вам заказали знак без требования охраноспособности, то и сделайте его НЕохраноспособным. Только обязательно пропишите неохраноспособность в договоре и, как специалист, предупредите клиента, что без регистрации использовать знак опасно – можно нарваться на большие неприятности. Уменьшить будущие неприятности может явно неохраноспособный дизайн знака.

Очень важно заключить правильный договор на создание знака – договор авторского заказа. К договору должны прилагаться техническое задание и аванс. В договоре необходимо оговорить объем передаваемых заказчику исключительных имущественных прав: срок, территорию.

Если вы работаете с клиентом через рекламное агентство, то ваши исключительные имущественные права должны быть сначала переданы рекламному агентству, а уж затем от агентства клиенту. Закон требует, чтобы эти права были переданы в письменной форме путем заключения договора об отчуждении исключительного права. Размер аванса должен быть таков, чтобы дизайнеру хватило на его обычную жизнь в период разработки, не меньше.

Получив аванс, вы творите. Результат творения должен иметь вид наглядных изображений – каждый заказанный вариант на отдельном листе. И ни одного слабого – вдруг клиент примет именно его! (Среди опытных дизайнеров это известно как закон подлости: Клиент обычно выбирает самый плохой из альтернативных вариантов автора). Листы передаются Заказчику только под расписку на их копиях («ознакомлен \_\_\_\_ декабря 20\_\_ года: подпись и расшифровка подписи»). Рекомендуется при этом деликатно заявить, что все дизайнеры обычно поступают именно так. Заказчик расписывается пока не о принятии такого-то варианта, а лишь о получении в руки решения дизайна, принадлежащего автору (хотя и получившему аванс). Далее клиент выбирает один вариант (ведь так написано в договоре?). Часто клиент выбирает один вариант как базовый и просит внести в него некие «доработки»; как договоритесь с ним, так пусть и будет, только не забывайте, что вы – специалист, а клиент – всего лишь «заказывает музыку».

2) обосновать новизну разработанного знака, а именно составить убедительный документ «Справка о патентно-информационном поиске \_\_\_\_». В Справке указывается массив информации, в которой обнаружены близкие решения знака; их изображения приводятся в Справке; информация должна быть просмотрена за 10 лет – время действия зарегистрированных знаков. Самая достоверная информация о зарегистрированных в России знаках – Официальный бюллетень «Товарные знаки...», который можно полистать в Центрах технической информации крупных городов (разумеется, не бесплатно). Патентноинформационный поиск выполняют, как платную услугу, патентоведы этих Центров, по представленному дизайнером изображению знака.

**Наставление:** Рекомендую начинающему дизайнеру самому засесть за проверку новизны; в каждый год придется просмотреть 24 тома по 500 страниц, т.е. для проверки за 10 лет потребуется не менее 5 человеко-дней, но зато впечатление от увиденного и зарисованного будет незабываемым!

Умный заказчик, прежде чем заявлять знак в Роспатент и платить госпошлину, предпочитает убедиться в его «новизне». Поиск можно заказать Патентному ведомству, на это может понадобиться от двух до четырех недель; при этом хорошо то, что во внимание будут приняты и недавно заявленные знаки, которые лишь через год будут опубликованы в Официальном бюллетене.

Если вдруг будет обнаружено очень похожее решение знака, то дизайнер, если он профессионал, должен за свой счет переделать всю работу (о чем обычно прописывается в договоре авторского заказа). У творческого дизайнера, который честно и небанально решает проектную проблему клиента, противопоставлений обычно не выявляется.

3) составить (толково!) словесное описание заявляемого обозначения. Например, в описании знака марки Тойота 1989 года читаем: «внутренние эллипсы складываются в «Т» – первую букву латинского написания марки, большой эллипс символизирует дух созидания в разработках, а обязательное окружающее знак пространство символизирует будущие возможности и технологическую экспансию компании». Это тот смысл, которым «обрастет» символ при соответствующей деятельности фирмы с ним (ведь товарный знак – это знак типа «символ», то есть, с наживным смыслом).

Наконец, получив приемлемый вариант, а именно соответствующий всем требованиям технического задания, клиент вслед за дизайнером подписывает акт о приемке-сдаче произведения графического дизайна и передаче-получении прав на его использование. Дальше о правовой охране думает владелец интеллектуальной собственности.

4) не показывать знак никому в течение срока, о котором договорился с владельцем, но не дольше указанного в законе \_\_\_\_ мес.

**Регистрация** (охрана) товарного знака (знака услуг) испрашивается не на все товары (услуги), а на конкретные их классы в соответствии с Международным классификатором товаров и услуг (МКТУ). Этот перечень постоянно пересматривается и дополняется. В настоящее время товары и услуги в нем сгруппированы в 45 классов, из них 34 класса товаров и 11 классов услуг и работ.

Товарный знак действителен только для указанных при регистрации классов товаров и услуг по МКТУ.

Наставление: Дизайнер разрабатывает знак не вообще, как художник, а в расчете на определенный класс или группу классов, с учетом ситуации там.

Подача заявки сопровождается уплатой пошлины, установленной Положением о патентных и иных пошлинах.

Правообладатель вправе вносить изменения в отдельные элементы своего знака, не влияющие на его различительную способность

Закон РФ не запрещает помещать возле товарного знака предупредительные обозначения «товарный знак» <sup>TM</sup> или «зарегистрированный знак обслуживания» ®. Грамотному дизайнеру следует знать, что на мировом рынке значок ® означает регистрацию товарного знака в Нью-Йоркском ведомстве, но у нас в России он же означает регистрацию в Роспатенте.

Упаковка – важный элемент изделия, товара. Дизайнерское решение упаковки охраняется и как товарный знак, и как промышленный образец, и как полезная модель.

Обязанности обладателя товарного знака, знака услуг

У обладателя исключительного права на товарный знак есть и обязанность – использовать принадлежащий ему товарный знак. Если обнаружится, что знак не используется, государство может снять его с охраны...

Защита прав обладателя товарного знака, знака услуг в случае нарушения

Обладатель товарного знака в случае нарушения его законных прав может:

- заявить протест нарушителю;

- обратиться к государству за помощью в пресечении незаконного использования его собственности.

Преступлениями против законного использования товарных знаков считаются (и соответственно наказываются):

- использование товарного знака лицом, не имеющим на это право, без причинения ущерба владельцу или с причинением, лицом или группой лиц по предварительному сговору (штраф, значительный штраф, лишение свободы на срок до 5 лет);

- незаконное использование знака охраны товарного знака, неоднократное или причинившее крупный ущерб (так же).

Наставление: знайте, что в Китае лет 10 назад казнили двух предпринимателей, незаконно использовавших чужие знаки.

### **контрольное задание**

Обоснуйте новизну разработанного товарного знака, составьте справку о патентноинформационном поиске. В справке укажите близкие решения знака (их изображения приводятся в справке).

## **6 Право на нетрадиционные объекты**

6. Право на секрет производства (ноу-хау)
7. Дизайнерское решение как ноу-хау
8. Селекционное достижение
9. Топология интегральных схем
10. Рационалистические предложения

- **Право на нетрадиционные объекты**
- Российское право предоставляет охрану еще нескольким видам результатов интеллектуальной деятельности, относительно новым и потому именуемым «нетрадиционными». Это:
  - - информация, составляющая служебную и коммерческую тайну (называется порусски «секрет производства» или по-английски «ноу-хау»),
  - - селекционные достижения,
  - - топологии интегральных схем,
  - - научные открытия,
  - - рационализаторские предложения. □ **Право на секрет производства (ноу-хау)**
- Ноу-хау (от английского «знаю, как это сделать») – это информация, которая не является общеизвестной или доступной лицам, которая ввиду ее секретности имеет коммерческую ценность и которая должным образом оберегается владельцем. Это сведения о технических, организационных и управленческих решениях.
- Законом предписано также, что при выполнении договора на выполнение НИР и ОКР стороны обязаны обеспечить конфиденциальность сведений (п. 1 ст. 771 ГК РФ).
- Если подрядчику в связи с выполнением конкретного задания заказчика стал известен секрет производства, он обязан сохранять конфиденциальность полученных сведений до прекращения действия исключительного права на секрет производства.
- **Дизайнерское решение как ноу-хау**
- Результаты дизайн-деятельности, пока они не опубликованы и не заявлены на патент, вполне подпадают под понятие ноу-хау, поэтому вместо или в дополнение к патентной охране изобретения, полезной модели или промышленного образца есть резон использовать механизм охраны ноу-хау, например, в период до получения дизайнером или покупателем его дизайна приоритетной справки по заявке на патент.
- **Селекционные достижения**
- Под селекционными достижениями понимают новые сорта растений и породы животных, и речь при этом идет о моральных и материальных правах селекционера-автора. Раньше эти объекты были приравнены к изобретениям.
- А кто может утверждать, что результаты дизайна невозможно выращивать?!
- **Топологии интегральных схем**
- Интегральная схема – это электронное устройство, все элементы которого (проводники, полупроводники, емкости, индуктивности) сформированы как единое целое тело. Топология – это зафиксированное на материальном носителе решение пространственно-геометрического расположения элементов.
- Этот вид объектов интеллектуального права не нуждается в дизайнерах, и дизайнерам не интересен. Даже если найдется художник, который создаст топологию для любования под микроскопом, то такой объект будет разумно охранять как графическое произведение, но не как топологию.
- **Научные открытия** интеллектуальным правом пока не охраняются
- Научным открытием издавна считается установление явлений, свойств или законов материального и духовного мира, ранее не установленных, доступных проверке и вносящих коренные изменения в уровень научного познания.

- Научные открытия относятся к одной из самых сложных и важных сфер человеческой деятельности – фундаментальным исследованиям. Многие блага современной цивилизации основываются на открытиях, сделанных учеными прошлых поколений. Например, почти двести лет назад немецкий математик Карл Гаусс открыл свойства множеств, а сегодня дизайнеры используют их при «размытии по Гауссу» в редакторе растровых изображений AdobePhotoshop.
- Научные открытия играют огромную роль в инновационной деятельности – деятельности, направленной на внедрение законченных научных исследований, открытий и достижений, обеспеченных соответствующим охранным документом, в производство с целью получения новых и принципиально улучшенных продуктов и процессов.
- **Однако** в рыночной России научные открытия пока не получили правовой охраны в качестве результатов интеллектуальной деятельности граждан. С 1991 г. прекратилась государственная регистрация научных открытий, которые поощрялись в СССР. Статья 1225 ГК РФ не перечисляет научные открытия в качестве охраняемого результата интеллектуальной деятельности. Видимо, процесс разработки системы их правовой охраны оказался сложным для новой российской действительности.
- + В то же время в некоторых странах, выделившихся из состава СССР, право на научное открытие закреплено гражданским кодексом: в Армении, Белоруссии, Казахстане, Киргизии, Узбекистане, Украине

## **7 Коллизионное регулирование авторских отношений в условиях развития Интернета (на примере России, США, Японии)**

5. Национально правовое и международного правовое коллизионное регулирование в сфере авторского права в иностранных государствах
6. Определение применимого права в отношении правомерности обладания авторским правом (Бернская конференция об охране литературных и художественных произведений 1886г)
7. Особенности коллизионного регулирования авторского права в интернете
8. Особенности правового регулирования дизайнерской деятельности и рекламы в странах западной Европы, США и Японии

"Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации" от 14.11.2002 N 138-ФЗ (ред. от 30.04.2021) Статья 144.1. Предварительные обеспечительные меры защиты авторских и (или) смежных прав в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в сети "Интернет"

Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 09.03.2021)

"Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 20.03.2021) Статья 15.7. Внесудебные меры по прекращению нарушения авторских и

(или) смежных прав в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в сети "Интернет", принимаемые по заявлению правообладателя

### **контрольные задания**

1. Подобрать примеры коллизионного регулирования авторского права в интернете
2. Подобрать примеры правового регулирования дизайнерской деятельности и рекламы в странах западной Европы, США и Японии

### **ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ**

1. Исключительные права как объект правовой охраны.
2. Произведение как объект авторского права.
3. Правовая охрана литературных произведений.
4. Программы для ЭВМ как объекты авторского права.
5. Правовая охрана музыкальных произведений.
6. Правовая охрана аудиовизуальных произведений.
7. Произведения изобразительного и декоративного искусства.
8. Произведения архитектуры, градостроительства, садово-паркового искусства.
9. Правовое регулирование служебных произведений.

10. Субъекты авторского права.
11. Правовое регулирование соавторства.
12. Личные неимущественные права авторов.
13. Имущественные права авторов.
14. Авторский договор.
15. Понятие и виды смежных прав.
16. Основания возникновения и осуществления смежных прав.
17. Охрана прав исполнителей.
18. Охрана прав производителей фонограмм.
19. Охрана прав организаций эфирного и кабельного вещания.
20. Защита авторских и смежных прав.
21. Охрана произведений российских авторов за рубежом.
22. Изобретение как объект патентного права.
23. Полезная модель как объект патентного права.
24. Промышленный образец как объект патентного права.



25. Субъекты патентного права.

26. Роль патентных поверенных в ведении дел о выдаче патентов и

решении иных патентно-правовых вопросов.

27. Оформление патентных прав на изобретения, полезные модели и промышленные образцы.

28. Права авторов изобретений, полезных моделей и промышленных образцов.

29. Права патентообладателей: виды, содержание, ограничения.

30. Право на подачу заявки. Содержание права авторства. Право на вознаграждение и его реализация.

31. Лицензионный договор.

32. Защита прав авторов и патентообладателей.

33. Охрана российских изобретений, полезных моделей и промышленных образцов за рубежом.

34. Правовая охрана средств индивидуализации участников гражданского оборота и производимых ими товаров (работ, услуг).

35. Правовая охрана фирменных наименований.

36. Правовая охрана товарных знаков, знаков обслуживания и наименований мест происхождения товаров.

- 37. Защита прав на товарный знак, знак обслуживания и наименование мест происхождения товаров.
- 38. Правовая охрана служебной и коммерческой тайны.
- 39. Информация как особый объект исключительных прав.
- 40. Правовая охрана топологий интегральных микросхем.
- 41. Правовая охрана селекционных достижений.
- 42. Правовая охрана рационализаторских предложений.

### **ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ**

- 1. Распространяется ли авторское право на необнародованные произведения.
- 2. Защищается ли в России идея как объект авторского права.
- 3. Авторское право на дизайнерское произведение, созданное в порядке выполнения служебных обязанностей или служебного задания работодателя.
- 4. В каких случаях допускается без согласия автора и без выплаты авторского вознаграждения публичное исполнение музыкальных произведений.
- 5. Срок действия авторского права в России.
- 6. Срок действия авторского права в США.
- 7. Срок действия авторского права в странах Западной Европы.
- 8. Какие права на использование произведения могут быть предметом авторского договора.
- 9. В каком случае нарушаются права владельца сайта, при копировании полного текста нормативно правового акта.
- 10. В каком случае можно разместить на сайте опубликованную статью другого автора.
- 11. В какой части уголовного кодекса РФ предусмотрена уголовная ответственность за нарушение авторских и смежных прав.
- 12. Какую информацию необходимо указать при цитировании статьи на чужом сайте.

13. В каких случаях при обмене своими компьютерными играми с другими людьми вы не будите нарушать авторские права
14. Первый закон, закрепивший права литературных произведений за авторами.
15. Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений
16. Нормативно правовая база регулирующая дизайнерскую деятельность в России
17. Нормативные документы регулирующие работу фрилансера в России
18. Регулирование авторских отношений в условиях развития интернета в России
19. Регулирование авторских отношений в условиях развития интернета в США.
20. Регулирование авторских отношений в условиях развития интернета в странах Западной Европы.
21. Международно-правовая охрана авторских прав.
22. Объекты и субъекты авторского права.
23. Договор на отчуждения авторского права на произведение.
24. Лицензионный договор.
25. Личные не имущественные права автора
26. Патентное право и условия патентоспособности произведений.
27. Сроки действия исключительного права на изобретение, полезную модель.
28. Понятия и виды товарных знаков.
29. Особенности защиты права на товарный знак.
30. Государственная регистрация наименования места происхождения товара.

## **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.**

### **Основная литература**

1. Васин С.А.. Проектирование и моделирование промышленных изделий: учебник для вузов / С.А.Васин [и др.]; под ред.: С.А.Васина, А.Ю.Талащука. - М.: Машиностроение-1: Изд-во ТулГУ, 2004. - 692 с.: ил. - (Дизайн). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 5-94275-127-7 / в пер.: 1000.00. - ISBN 57679-0592-4.
2. Интеллектуальная собственность. (Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации): учеб. пособие / Н. М. Коршунов [и др.]; под общ. ред. Н. М. Коршунова. - М.: Норма, 2009. - 400 с. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-468-00174-5 (в пер.): 331,50.
3. Проектирование в графическом дизайне: учебник для вузов / С.А.Васин [и др.]; под ред. С.А.Васина. - М.: Машиностроение-1, 2007. - 320 с.: ил. - (Для вузов). - Библиогр. в конце кн. - ISBN 5-94275-3172 / в пер.: 500.00. - ISBN 978-5-94275-317-7.

### **Дополнительная литература**

1. Серго А.Г. Основы права интеллектуальной собственности : курс лекций: учебное пособие для вузов / А.Г.Серго, В.С.Пущин. — М. : Интернет - ун-т информ. технологий, 2005. — 344 с. : ил. — (Основы информационных технологий). — Библиогр. в конце кн. — ISBN 5-9556-0047-7 / в пер. /.
2. Интеллектуальная собственность : краткий учебный курс / М.В.Карпычев [и др.]; под общ. ред. Н.М.Коршунова. — М. : Норма, 2006. — 304 с. — (Краткие учебные курсы юридических наук). — Библиогр. в конце кн. — ISBN 5-89123-848-9.

### **Периодические издания**

1. Мир дизайна: Международный журнал по всем направлениям дизайна, архитектуры и визуальных искусств.
2. Архитектура. Строительство. Дизайн.
3. Как: журнал о графическом дизайне.
4. Техническая эстетика и промышленный дизайн.
5. Тара и упаковка : иллюстрированный информационно-аналитический и научно-технический журнал.
6. Упаковка и этикетка.
7. Просто дизайн: журнал по графическому дизайну.

### Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

#### Программное обеспечение:

1. MS Office 2003/7
2. Windows XP/Vista/7 по программе MSDN AA
3. CorelDraw 13/14/15
4. Internet Explorer

#### Интернет-ресурсы:

1. Сайт Общероссийской общественной организации «Российское Авторское Общество» (РАО) <http://rao.ru>.
2. Материалы по авторским правам <http://www.copyright.ru>.
3. Сайт НИИ интеллектуальной собственности (РНИИС) <http://rniis.ru>.
4. Сайт о защите авторских прав <http://www.copyrighter.ru>.
5. Кафедра ЮНЕСКО по интеллектуальной собственности <http://www.unescochair.ru>.
6. Научно-практический информационный ресурс юридической фирмы «Интернет и Право» <http://www.internet-law.ru>.