

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/kursovaya-rabota/377706>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Стандартизация

Введение 3

1 Теоретические основы изучения товарных знаков как средства идентификации товаров 5

1.1 Товарный знак как элемент фирменного стиля 5

1.2 Отличие товарного знака и промышленного образца 7

2 Товарный знак как средство идентификации услуг ПАО «Сбербанк» 9

2.1 Общая характеристика ПАО «Сбербанк» 10

2.2 Товарный знак бренда ПАО «Сбербанк» 13

2.3 Ребрендинг Сбербанка 2020: анализ изменений и новые сервисы экосистемы «Сбер» 17

Заключение 24

Список литературы 26

Как известно, внешний вид изделия защищен патентом на промышленный образец. Но для того, чтобы популяризировать тот или иной продукт на рынке, необходимо придать ему отличительный характер среди десятков или даже сотен других. Для этого такое средство индивидуализации товара служит отличительной чертой.

В настоящее время, в условиях научно-технического прогресса и глобализации, количество товаров, предлагаемых потребителям, увеличивается. Для успешного осуществления предпринимательской деятельности производителю необходимо отличать свою продукцию от множества аналогичных товаров других лиц. Средства индивидуализации, одним из которых является товарный знак, призваны решить эту проблему. Основным назначением товарного знака в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации (далее – Гражданский кодекс Российской Федерации) является индивидуализация товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей.

Являясь визитной карточкой покупателя, частью фирменного стиля, наиболее яркой и запоминающейся составляющей любого предприятия, товарные знаки позволяют не только легко идентифицировать продукцию конкретного производителя, но и могут рассказать об основных направлениях его деятельности и модных тенденциях в дизайне при разработке товарных знаков.

Товарный знак - это динамично развивающееся средство индивидуализации, заслуживающее серьезного внимания с точки зрения его правового регулирования. В современном мире количество зарегистрированных товарных знаков постоянно растет. Товарные знаки составляют значительную часть активов крупных российских и международных компаний.

Таким образом, актуальность темы заключается в том, что увеличение числа регистраций товарных знаков порождает большое количество связанных с ними споров, включая возникновение многочисленных конфликтов прав на различные объекты интеллектуальной собственности. Объектом данного исследования является ПАО «Сбербанк».

В предпринимательской деятельности эффективное использование товарных знаков имеет большое значение. Товарный знак - это название, звук, знак, символ, рисунок или их комбинация, используемые для обозначения товаров и отличия их от аналогичных товаров конкурентов. Товарный знак должен быть индивидуален, прост в понимании, легко узнаваем и привлекателен для потенциальных потребителей. Также он должен обладать охраняемыми правами.

Предприятие может создать собственный товарный знак, использовать товарный знак посредника или получить разрешение на использование известного товарного знака. При выборе собственного товарного знака предприятие должно проанализировать возможные варианты его применения.

Наличие товарного знака позволяет проводить более эффективную политику продвижения товаров на рынок. Широко известный товарный знак обычно называют брендом. Однако добиться широкой известности и успеха товарного знака довольно сложно. По этой причине некоторые предприятия прибегают к подделке или имитации уже существующих товарных знаков, а иногда и незаконному использованию.

Для предотвращения таких ситуаций большинство стран имеют законы, обеспечивающие правовую охрану товарных знаков. Согласно этим законам достаточно зарегистрировать товарный знак в государственных

учреждениях, чтобы обеспечить его защиту. В некоторых странах требуется также несколько продаж такого товара после его регистрации.

Можно использовать отдельный товарный знак для каждого товара или общий товарный знак для всего предприятия. Единый товарный знак может быть использован для одного или нескольких ассортиментных групп. Индивидуальный товарный знак предприятия может быть дополнен названием предприятия.

Каждый из этих вариантов имеет свои преимущества и недостатки.

Предметом исследования являются товарные знаки как средство идентификации товаров.

Целью данной работы является изучение товарных знаков как средства идентификации товаров.

Задачи работы:

- изучить товарный знак как элемент фирменного стиля;
- рассмотреть отличие товарного знака и промышленного образца;
- представить общую характеристику ПАО «Сбербанк»;
- охарактеризовать товарный знак бренда ПАО «Сбербанк»;
- раскрыть ребрендинг Сбербанка 2020: анализ изменений и новые сервисы экосистемы «Сбер».

В курсовой работе использовались следующие методы:

- системный;
- структурный;
- функциональный;
- информационный;
- методы синтеза и анализа.

Настоящая работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

1 Теоретические основы изучения товарных знаков как средства идентификации товаров

1.1 Товарный знак как элемент фирменного стиля

Использование товарного знака в качестве средства индивидуализации имеет древние корни. Веками люди старались пометить свои вещи особыми знаками собственности, чтобы отличать их от чужих. На глиняной посуде, более 5000 лет назад до нашей эры, появились первые обозначения, относящиеся к товарным знакам.

Как внешний вид продукта, так и его бренд воспринимаются потребителем в первую очередь, и сопоставление этих двух объектов интеллектуальных прав очень актуально.

Как в российском, так и в международном праве ведется постоянный поиск наиболее эффективных методов защиты интеллектуальной собственности. Поэтому законодательство о промышленных образцах и товарных знаках совершенствуется и унифицируется.

В законодательстве разных стран сходные по смыслу термины могут раскрываться по-разному. В этом контексте представляет интерес анализ правовых основ Российской Федерации (далее - Россия), Южной Кореи и Китайской Народной Республики (далее - Китай) в области охраны промышленных образцов и товарных знаков.

Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации (далее - Гражданский кодекс Российской Федерации) [1], товарный знак - это обозначение, целью которого является обеспечение различия между товарами или услугами разных производителей. Согласно статье 1477 Гражданского кодекса, исключительное право, удостоверенное сертификатом, признается за товарным знаком, то есть за обозначением, служащим для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей. Юридические лица и индивидуальные предприниматели имеют возможность зарегистрировать свои права на товарный знак (статья 1478 Гражданского кодекса). В этом случае использование охраняемого товарного знака, на который выдан сертификат на товарный знак, абсолютно необходимо. В случае неиспользования товарного знака правовая охрана может быть прекращена досрочно на три года без перерыва (статья 1486 Гражданского кодекса Российской Федерации).

В свою очередь, промышленный образец, в соответствии с пунктом 1 статьи 1352 Гражданского кодекса, является решением проблемы внешнего вида изделия промышленного или кустарного производства.

Промышленный образец охраняется законом, если он является новым и оригинальным благодаря своим существенным (или базовым) признакам. К таким признакам относятся эстетические особенности внешнего вида изделия, в частности, форма, конфигурация, орнамент, сочетание цветов, линий, контуров изделия, фактура или фактурность материала изделия [3, с. 37].

Часто существует сходство между промышленным образцом и брендом. Она заключается в том, что объекты могут быть визуально идентичны, и часто один и тот же объект способен выступать как в качестве промышленного образца, так и в качестве отличительной черты. Например, когда промышленный образец

может быть зарегистрирован как товарный знак объема или содержит в своем составе знак (элемент товарного знака), который может принадлежать другому лицу. Однако, несмотря на визуальную идентичность, эти два объекта интеллектуальной собственности имеют совершенно разные цели использования и сферу правовой охраны.

При всей схожести этих объектов, между ними есть заметные различия, главным из которых является срок действия. Свидетельство на товарный знак действительно бессрочно при условии, что оно продлевается каждые 10 лет (статья 1491 Гражданского кодекса). Что касается охраны промышленных образцов, то в России она составляет 5 лет с даты подачи заявки на патент с правом его повторного продления на тот же срок, но общий «цикл» действия патента не должен превышать 25 лет (статья 1363 Гражданского кодекса Российской Федерации).

Еще одно отличие заключается в том, что бренд отвечает за узнаваемость бренда в целом, а промышленный образец отвечает за конкретный дизайн вещи, то есть художественное и конструктивное решение ее внешнего вида.

Рассмотрим соответствующие законы Китая и Южной Кореи.

В Китае любое визуальное изображение, состоящее из слов, изображений, букв, цифр, трехмерных символов, цветовых сочетаний или комбинации всего вышеперечисленного, может быть зарегистрировано в качестве товарного знака, а также акустического товарного знака [5, с. 55].

Исключительное право на использование зарегистрированного товарного знака ограничено теми товарными знаками, которые зарегистрированы после выдачи сертификата, и теми товарами, для которых использование зарегистрированного товарного знака указано в самом сертификате.

1 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.

2 Атрошенко, Ю. К. Метрология, стандартизация и сертификация. Сборник лабораторных и практических работ : учебное пособие для среднего профессионального образования / Ю. К. Атрошенко, Е. В. Кравченко. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 178 с.

3 Атрошенко, Ю. К. Метрология, стандартизация и сертификация. Сборник лабораторных и практических работ : учебное пособие для вузов / Ю. К. Атрошенко, Е. В. Кравченко. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 176 с.

4 Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии : учебное пособие для вузов / Г. М. Дехтярь. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 397 с.

5 Лифиц, И. М. Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия : учебник и практикум для вузов / И. М. Лифиц. – 15-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 462 с.

6 Лифиц, И. М. Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Лифиц. – 15-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 462 с

7 Радкевич, Я. М. Метрология, стандартизация и сертификация в 3 ч. Часть 1. Метрология : учебник для среднего профессионального образования / Я. М. Радкевич, А. Г. Схиртладзе. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 235 с.

8 Радкевич, Я. М. Метрология, стандартизация и сертификация в 3 ч. Часть 2. Стандартизация : учебник для вузов / Я. М. Радкевич, А. Г. Схиртладзе. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 481 с.

9 - Радкевич, Я. М. Метрология, стандартизация и сертификация в 3 ч. Часть 3. Сертификация : учебник для вузов / Я. М. Радкевич, А. Г. Схиртладзе. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 132 с.

10 Райкова, Е. Ю. Стандартизация, подтверждение соответствия, метрология : учебник и практикум для вузов / Е. Ю. Райкова. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 382 с.

11 Райкова, Е. Ю. Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия : учебник для среднего профессионального образования / Е. Ю. Райкова. – Москва : Издательство Юрайт, 2023.

12 Сергеев, А. Г. Стандартизация и сертификация : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Г. Сергеев, В. В. Терегеря. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 348 с.

13 Сергеев, А. Г. Метрология, стандартизация и сертификация : учебник и практикум для вузов / А. Г. Сергеев, В. В. Терегеря. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023.

14 - Сергеев, А. Г. Сертификация : учебник и практикум для вузов / А. Г. Сергеев, В. В. Терегеря. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 204 с.

15 Третьяк, Л. Н. Метрология, стандартизация и сертификация: взаимозаменяемость : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. Н. Третьяк, А. С. Вольнов ; под общей редакцией Л. Н. Третьяк. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 362 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurovaya-rabota/377706>