

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/diplomnaya-rabota/41154>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Право

-СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 6

1 Понятие и правовая природа фирменного наименования и коммерческого обозначения 10

1.1 Понятие и правовая природа фирменного наименования 10

1.2 Понятие и правовая природа коммерческого обозначения 21

2 Защита как правомочие прав на фирменное наименование и коммерческое обозначение 33

2.1 Понятие и природа прав на фирменное наименование и коммерческое обозначение 33

2.2 Правовая природа защиты прав на фирменное наименование и коммерческое обозначение 52

3. Осуществление защиты прав на фирменное наименование и коммерческое обозначение 56

3.1. Способы защиты фирменного наименования и коммерческого обозначения 56

3.2. Порядок осуществления защиты фирменного наименования и коммерческого обозначения 58

Заключение 65

Библиографический список 68

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы работы обусловлена тем, что все коммерческие организации в силу закона должны иметь фирменное наименование - словесное обозначение организации, включающее указание на ее организационно-правовую форму и собственно наименование (ст. 1473 Гражданского кодекса РФ).

Так же актуальность темы обусловлена и тем, что в России фирменные наименования и коммерческие обозначения, в правовом отношении менее охраняемы, чем другие объекты

интеллектуальной собственности. Даже после принятия части четвертой ГК РФ с закреплением в ней отдельных параграфов в главе 76, посвященных указанным объектам, дискуссионных вопросов относительно правовой природы фирменных наименований и коммерческих обозначений не стало меньше.

В современном мире особую актуальность приобретает интеллектуальная собственность, способствующая ведению бизнеса и качественно повышающая уровень сферы общественного благосостояния. Благодаря этому происходит установление стабильной конкуренции, развитие и внедрение совершенно новой продукции и видов услуг, обеспечиваются рабочие места и занятость населения.

1 Понятие и правовая природа фирменного наименования и коммерческого обозначения

1.1 Понятие и правовая природа фирменного наименования

Фирменное наименование (кратко просто «фирма») - это наименование коммерческого юридического лица, которое определяется в его учредительных документах и включается в Единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.

Фирменное наименование определяется в учредительных документах коммерческой организации и, путем государственной регистрации, включается в ЕГРЮЛ.

Таким образом, с момента включения в ЕГРЮЛ возникает юридическое лицо и исключительные права на его фирменное наименование.

Законодатель не допускает распоряжения исключительным правом на фирменное наименование, в том числе путем его отчуждения или предоставления другому лицу права использования

фирменного наименования.

В остальном юридическое лицо реализует свои исключительные права на фирменное наименование любым не противоречащим закону способом, в том числе путем его указания на вывесках, бланках, в счетах и иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в Интернете.

Исключительное право на фирменное наименование одного юридического лица делает невозможным использование другими юридическими лицами тождественного фирменного наименования или сходного с ним до степени смешения, если такие юридические лица осуществляют аналогичную деятельность. Компания-правообладатель может обратиться к юридическому лицу, нарушающему его исключительные права, с требованием о прекращении использования фирменного наименования и возмещения причиненных вследствие этого убытков. Согласно ст. 1474 Гражданского кодекса РФ юридическое лицо, которому предъявляются такие требования, обязано по своему выбору либо прекратить использование фирменного наименования, либо внести в него изменения. При возникновении подобных споров преимущество на фирменное наименование получает юридическое лицо, которое было включено в ЕГРЮЛ ранее.

Достаточно часто юридическое лицо использует свое фирменное наименование или его отдельные элементы, включая в состав коммерческого обозначения либо в состав товарного знака или знака обслуживания. В таких случаях фирменному наименованию предоставляется

3

самостоятельная правовая охрана вне зависимости от правовой охраны объектов, составной частью которых оно является.

Фирменное наименование юридического лица содержит указание на его организационно-правовую форму (общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество, государственное унитарное предприятие и др.) и собственно наименование юридического лица («Парикмахерская «Натали», «Издательство «Экзамен», «Кондитерская фабрика «Красный Октябрь» и т.п.). Наименование юридического лица обязательно должно быть словесным. Обычно оно обозначает род деятельности юридического лица. Следует, однако, иметь в виду, что коммерческие юридические лица, за исключением унитарных предприятий и иных видов организаций, предусмотренных законом, могут иметь гражданские права и нести гражданские обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных законом (ст. 49 ГК РФ).

Наименование коммерческого юридического лица считается его фирменным наименованием (фирмой). Сведения об организационно-правовой форме юридического лица (то есть указания «ООО», «АО», «ГУП» и т.п.) в понятие «фирменное наименование» (как объект исключительного права юридического лица) не входят и при рассмотрении случаев о тождестве и сходстве фирменных наименований разных юридических лиц не учитываются.

С момента государственной регистрации коммерческого юридического лица у него возникает исключительное право на фирменное наименование (ст. 1229, 1474 ГК РФ). Исключительное право на фирменное наименование возникает со дня государственной регистрации юридического лица и прекращается в момент исключения фирменного наименования из Единого государственного реестра юридических лиц в связи с прекращением юридического лица либо изменением его фирменного наименования. Никакой особой государственной регистрации фирменного наименования как такового не требуется и не производится.

1.2 Понятие и правовая природа коммерческого обозначения

Коммерческое обозначение отличается от других средств индивидуализации тем, что оно не подлежит государственной регистрации, не должно включаться в учредительные документы и может использоваться правообладателем для индивидуализации как одного, так и нескольких предприятий. При этом на одном предприятии может использоваться только одно коммерческое обозначение.

Исключительное право на коммерческое обозначение действует на территории Российской Федерации для индивидуализации предприятия, находящегося на ее территории, и прекращается, если правообладатель не использует его непрерывно в течение года (ст. 1540 ГК РФ).

Ограничений по срокам действия исключительного права на коммерческое обозначение законом

не предусмотрено.

Коммерческое обозначение могут использовать юридические лица, в том числе некоммерческие организации, а также индивидуальные предприниматели для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий. Исключительное право на коммерческое обозначение позволяет правообладателю использовать его любым не противоречащим закону

4 способом, в том числе путем указания коммерческого обозначения на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в Интернете. Исключительное право использования коммерческого обозначения принадлежит правообладателю, если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории.

Часто коммерческое обозначение включает в себя фирменное наименование предприятия. В таких случаях исключительное право на коммерческое обозначение возникает и действует независимо от исключительного права на фирменное наименование. Коммерческое обозначение либо его отдельные элементы также могут быть включены в регистрируемый товарный знак. При этом они будут оставаться двумя самостоятельными, независимыми друг от друга объектами, каждому из которых предоставляется правовая охрана.

В ст. 1539 ГК РФ определено, что исключительное право на коммерческое обозначение переходит к другому лицу только в составе предприятия, для индивидуализации которого такое обозначение используется, в том числе по договору, в порядке универсального правопреемства и по иным основаниям, установленным законом.

В случаях когда коммерческое обозначение используется для индивидуализации нескольких предприятий, переход к другому лицу исключительного права на коммерческое обозначение в составе одного из предприятий лишает правообладателя права использования этого коммерческого обозначения на остальных его предприятиях. Права использования коммерческого обозначения могут быть переданы на основании договора аренды предприятия (ст. 656 ГК РФ) или договора коммерческой концессии (ст. 1027 ГК РФ).

При выборе и разработке коммерческого обозначения необходимо учесть, что оно не должно:

- вводить в заблуждение относительно принадлежности предприятия определенному лицу;
- совпадать либо быть сходным до степени смешения с фирменным наименованием, товарным знаком или защищенным исключительным правом коммерческим обозначением, принадлежащим другому лицу.

В случае возникновения судебных споров решение, как правило, выносится в пользу того лица, чье соответствующее исключительное право возникло ранее. В качестве доказательств можно предоставить документы, подтверждающие разработку коммерческого обозначения, либо бланки, отчеты, рекламные проспекты, на которых зафиксирована дата и используется коммерческое обозначение. Также во внимание могут быть приняты свидетельские показания и заключения экспертов.

2 Защита как правомочие прав на фирменное наименование и коммерческое обозначение

2.1 Понятие и природа прав на фирменное наименование и коммерческое обозначение

Согласно п. 1 ст. 48 Гражданского кодекса РФ одним из квалифицирующих юридическое лицо признаков является имя юридического лица, возможность от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Данный

5 признак позволяет индивидуализировать юридическое лицо, обособляет его от других юридических лиц и, как указано в ст. 54 ГК РФ, реализуется через наименование и местонахождение, юридический адрес юридического лица.

В ст. 54 ГК РФ определение наименования юридического лица не содержится, раскрывается только структура наименования с указанием на организационно-правовую форму. По смыслу данной статьи законодатель различает содержание наименования некоммерческого юридического лица и коммерческой организации.

Так, в наименовании некоммерческой организации, помимо организационно-правовой формы, должна содержаться отсылка к характеру деятельности, который указывается в наименовании коммерческой организации только в предусмотренных законом случаях. При определенных

законом условиях согласно абзацам 2 - 4 п. 1 ст. 54 ГК РФ в наименовании юридического лица независимо от целей его деятельности может быть указано официальное наименование «Российская Федерация» или «Россия» либо официальное наименование субъектов Российской Федерации, а также слова, производные от этого наименования, полные или сокращенные наименования органов государственной власти, - назовем их «разрешенные обозначения». Применительно к коммерческому юридическому лицу п. 4 ст. 54 ГК РФ указывает, что юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование. Согласно отсылке этой же статьи требования к фирменному наименованию устанавливаются параграфом 1 главы 76 ГК РФ. Возникает вопрос: фирменное наименование коммерческой организации входит в структуру наименования юридического лица либо является самостоятельной правовой категорией и коммерческое юридическое лицо помимо наименования должно иметь еще и фирменное наименование?

Рассмотрим, проанализировав законодательство, содержание структуры наименования и фирменного наименования, а также какие права в отношении данных объектов предусмотрены и как субъекты этих прав реализуют их в гражданском обороте.

Если коммерческое юридическое лицо является разновидностью юридического лица как правовой категории (в зависимости от целей его деятельности), то, как и любое юридическое лицо, оно должно обладать наименованием, которое может иметь видовые отличия.

Предположим, что в п. 1 ст. 54 ГК РФ наименование относится вообще к любому юридическому лицу независимо от целей его деятельности. Тогда наименование должно содержать составные части, общие для всех юридических лиц. По смыслу п. 1 ст. 54 ГК РФ таким общим в наименовании юридических лиц является обязательное указание на организационно-правовую форму, а также определение вида деятельности (для коммерческих организаций - только в законодательно установленных случаях) и в предусмотренных законом ситуациях - разрешенные обозначения. Наименование коммерческой организации как разновидность наименования юридического лица, получается, должно дополнительно к этому содержать обозначение, указанное как «фирменное наименование».

Однако из п. 5 ст. 54 ГК РФ не следует, что фирменное наименование является составной частью наименования юридического лица. Наименование, фирменное наименование и местонахождение юридического лица перечисляются в п. 5 ст. 54 ГК РФ как самостоятельные индивидуализирующие юридическое лицо средства, которые «указываются в его учредительных документах и в Едином государственном реестре юридических лиц».

6

Требования к структуре фирменного наименования содержатся в п. 2 ст. 1473 ГК РФ, согласно которым «фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности». Налицо очевидное противоречие. Из буквального толкования данной нормы следует, что род деятельности коммерческого юридического лица всегда указывается, так как в «собственно наименовании» не может быть указан только род деятельности, т.е. к нему еще что-то должно быть добавлено, что также не согласуется со ст. 54 ГК РФ, согласно которой для коммерческих юридических лиц род (характер) деятельности указывается в наименовании в случаях, предусмотренных законом. С одной стороны, ст. 54 ГК РФ указывает, что организационно-правовая форма составляет содержание наименования юридического лица. С другой стороны, ст. 1473 ГК РФ определяет, что собственно наименование и организационно-правовая форма входят в содержание фирменного наименования. Используя логическое толкование указанных статей, можно заключить, что понятие «фирменное наименование» шире термина «наименование юридического лица», которое входит в состав фирменного наименования.

2.2 Правовая природа защиты прав на фирменное наименование и коммерческое обозначение
Способы защиты прав на средства индивидуализации, под которыми принято подразумевать сами меры правоохранительного характера, можно подразделить на общие (с помощью которых можно защищать и иные права) и специальные (применимые лишь для защиты некоторых интеллектуальных прав), превентивные (направленные на предотвращение правонарушения) и регулятивные (применимые в случае, когда право уже нарушено), а также на меры собственно защиты и меры ответственности.

В силу ст. 1229 ГК РФ гражданин или юридическое лицо, обладающие исключительным правом на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации (правообладатель), вправе использовать такой результат или такое средство по своему усмотрению любым не противоречащим закону способом.

В соответствии со ст. 1252 ГК РФ защита исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и на средства индивидуализации осуществляется, в частности, путем предъявления требований:

- 1) о признании права - к лицу, которое отрицает или иным образом не признает право, нарушая тем самым интересы правообладателя;
- 2) о пресечении действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения, - к лицу, совершающему такие действия или осуществляющему необходимые приготовления к ним, а также к иным лицам, которые могут пресечь такие действия;
- 3) о возмещении убытков - к лицу, неправомерно использовавшему результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации без заключения соглашения с правообладателем (бездоговорное использование) либо иным образом нарушившему его исключительное право и причинившему ему ущерб.

7

Защита права на фирменное наименование, коммерческое обозначение и наименования мест происхождения товара, так же как и права на товарный знак, осуществляется против лица, которое ввело в оборот тождественное или схожее обозначение.

ГК признает нарушением права на фирменное наименование использование иным лицом тождественного фирменного наименования при соблюдении двух условий:

- фирменное наименование заявителя было включено в Единый государственный реестр юридических лиц раньше, чем наименование ответчика;
- указанные юридические лица осуществляют аналогичную деятельность.

Не секрет, что в ЕГРЮЛ зарегистрировано множество юридических лиц под схожими названиями. При этом все они мирно друг с другом сосуществуют. О нарушении исключительных прав можно говорить лишь в том случае, когда компании с одинаковыми названиями появляются на одном рынке, осуществляют сходную деятельность, предлагают однородные товары (услуги) и т.п. Поэтому, если компания рассчитывает запретить своему конкуренту использовать фирменное наименование, она должна представить суду прежде всего доказательства реального осуществления ею конкретной деятельности. Одной выписки из ЕГРЮЛ, указывающей на виды осуществляемой деятельности, при этом будет недостаточно.

3. Осуществление защиты прав на фирменное наименование и коммерческое обозначение

3.1. Способы защиты фирменного наименования и коммерческого обозначения

Права на средства индивидуализации могут защищаться в различных формах: в административном и судебном порядке, путем самозащиты и обращения к альтернативным формам урегулирования споров.

В административном порядке, например, рассматриваются возражения на решения Роспатента о государственной регистрации и об отказе в государственной регистрации товарного знака и наименования места происхождения (НМПТ), согласно ст. 1500, 1528 ГК РФ. В административном порядке ФАС России действия, связанные с приобретением исключительных прав на средства индивидуализации, могут быть признаны недобросовестной конкуренцией.

Большинство судебных споров о нарушении прав на средства индивидуализации и споров, вытекающих из лицензионных договоров, рассматриваются арбитражными судами, поскольку связаны с предпринимательской или иной экономической деятельностью и возникают между юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями. В 2013 г. в системе российских арбитражных судов появился специализированный Суд по интеллектуальным правам (СИП), который в качестве первой инстанции уполномочен рассматривать дела об оспаривании нормативных правовых актов федеральных органов исполнительной власти в сфере прав на средства индивидуализации, дела по спорам о предоставлении или прекращении правовой охраны средств индивидуализации. Согласно ст. 43.4 Федерального конституционного закона «Об арбитражных судах в Российской Федерации» указанный Суд также является кассационной инстанцией по рассмотрению дел о защите прав на средства индивидуализации.

Конституционный Суд РФ может осуществлять защиту прав на средства индивидуализации путем

признания не соответствующими Конституции РФ нарушающих эти права законов.

8

Поскольку некоторые нарушения государством прав частных лиц на средства индивидуализации могут расцениваться как лишение имущества (ст. 1 Протокола N 1 к Конвенции о защите прав человека и основных свобод), защита от таких нарушений возможна и ЕСПЧ.

Отдельные меры защиты прав на средства индивидуализации могут приниматься с помощью нотариуса (например, фиксация фактов в нотариальном протоколе осмотра сайта нарушителя). Частноправовые споры по поводу средств индивидуализации могут рассматриваться в третейских судах и урегулироваться путем применения альтернативных (медиативных) процедур.

3.2. Порядок осуществления защиты фирменного наименования и коммерческого обозначения Суды, рассматривая споры о схожести до степени смешения фирменных наименований и товарных знаков (знаков обслуживания), руководствуются правилом старшинства, то есть исходят из даты регистрации юридических лиц. Например, если истцом и ответчиком выступают юридические лица с тождественными фирменными наименованиями или товарными знаками, то при разрешении спора между ними суд будет исходить из дат их регистрации. Исключительное право на спорное средство индивидуализации, как правило, остается за тем субъектом предпринимательской деятельности, который раньше прошел процедуру государственной регистрации, если спор касается фирменных наименований. В случае если объектом спора выступает, с одной стороны, фирменное наименование, а с другой - товарный знак, либо если объектом спора является только товарный знак, то суд, используя принцип старшинства, руководствуется датой регистрации не только юридического лица (это требование предъявляется, если объектом спора выступает фирменное наименование), но и товарного знака (если объект спора - товарный знак).

Законодатель предусмотрел запрет на использование тождественных или схожих до степени смешения фирменных наименований юридических лиц с аналогичными видами деятельности. Так, в соответствии с пунктом 3 статьи 1474 Гражданского кодекса Российской Федерации не допускается использование фирменного наименования, тождественного фирменному наименованию другого юридического лица или сходного с ним до степени смешения, если юридическое лицо осуществляет аналогичный вид деятельности.

Открытым остается вопрос, кто из правообладателей фирменного наименования обязан вносить изменения или прекращать использовать свое средство индивидуализации, - юридическое лицо, чье фирменное наименование было внесено в Единый государственный реестр юридических лиц (далее - ЕГРЮЛ) ранее, или же юридическое лицо, которое сменило виды деятельности и начало осуществлять иные виды деятельности под ранее зарегистрированным фирменным наименованием, не проверив в ЕГРЮЛ сходство своего фирменного наименования с вновь созданными организациями.

Проблемой является отсутствие законодательного регулирования количества видов деятельности, осуществляемых юридическими лицами. Российское законодательство не содержит какие-либо ограничения по количеству видов деятельности, осуществляемых юридическим лицом и включенных в устав этого лица. Юридическое лицо вправе добавить виды деятельности или изменить их в любое время без каких-либо ограничений. При этом в законодательстве отсутствует обязанность юридического лица по смене фирменного наименования в случае изменения или добавления видов деятельности, ранее указанных в уставе, с присвоенными кодами Федеральной

9

службы государственной статистики (далее - Росстат). Также в законодательстве отсутствует обязанность юридического лица, изменившего виды деятельности, проверить вновь зарегистрированные фирменные наименования с аналогичными видами деятельности и в случае обнаружения таковых изменить свое фирменное наименование в определенные сроки.

Заключение

Итак, вполне очевидно, что фирменное наименование, как и в государствах с развитым правопорядком, должно оставаться объектом интеллектуальной собственности, режим правовой охраны которого нуждается в серьезном реформировании.

Согласно Постановлению Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 22 июня 2012 года N 17 Суд по интеллектуальным правам начал работать 3 июля 2013 года.

Для повышения эффективности судебной защиты исключительного права на фирменное

наименование, коммерческое обозначение, а так же товарный знак и знак обслуживания считаем необходимым передать все споры о незаконном использовании средств индивидуализации в Суд по интеллектуальным правам.

Представляется целесообразным наделить правом на подачу иска о прекращении незаконного использования средств индивидуализации, в том числе по основаниям тождественности и сходства до степени смешения с зарегистрированными ранее средствами индивидуализации, государственные органы исполнительной власти - ФНС России и Роспатент - в целях минимизации незаконной конкуренции в Российской Федерации

Библиографический список

1. Конвенция о защите прав человека и основных свобод. Заключена в г. Риме 04.11.1950 // Собрание законодательства РФ, 08.01.2001, N 2, ст. 163.
2. Конвенция по охране промышленной собственности. Заключена в Париже 20.03.1883 // Закон, N 7, 1999.
3. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ).
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ // Собрание законодательства РФ, 29.01.1996, N 5, ст. 410.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ // Собрание законодательства РФ, 25.12.2006, N 52 (1 ч.), ст. 5496.
6. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ // Собрание законодательства РФ, 07.01.2002, N 1 (ч. 1), ст. 1.
7. Федеральный закон от 21.11.2011 N 325-ФЗ «Об организованных торгах» // Собрание законодательства РФ, 28.11.2011, N 48, ст. 6726.
- 10
8. Федеральный конституционный закон от 28.04.1995 N 1-ФКЗ «Об арбитражных судах в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 01.05.1995, N 18, ст. 1589.
9. Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» // Собрание законодательства РФ, 15.01.1996, N 3, ст. 145.
10. Федеральный закон от 24.07.2008 N 161-ФЗ «О содействии развитию жилищного строительства» // Собрание законодательства РФ, 28.07.2008, N 30 (ч. 2), ст. 3617.
11. Приказ Минспорттуризма от 5 мая 2010 г. N 420/1 // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. 2010. N 29.
12. Определение Конституционного Суда РФ от 10.02.2009 N 244-О-О // Вестник Конституционного Суда РФ. 2009. N 4.
13. Определение Конституционного Суда РФ от 10.02.2009 N 244-О-О // Вестник Конституционного Суда РФ, 2009, N 4.
14. Определение Верховного Суда РФ от 11.07.2017 N 53-КГ17-12 // СПС «КонсультантПлюс».
15. Постановление Пленума Верховного Суда РФ N 5, Пленума ВАС РФ N 29 от 26.03.2009 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ, N 6, июнь, 2009.
16. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 N 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ, N 8, август, 2015.
17. Постановление ФАС Центрального округа от 9 августа 2012 г. по делу N А14-11463/2010 // СПС «КонсультантПлюс».
18. Постановление ФАС Московского округа от 6 февраля 2013 г. по делу N А40-87094/12-2-429 // СПС «КонсультантПлюс».
19. Постановление ФАС Московского округа от 12 декабря 2011 г. по делу N А40-54483/11-21-458 // СПС «КонсультантПлюс».
20. Постановление ФАС Московского округа от 27 октября 2011 г. по делу N А40-29335/10-143-251 // СПС «КонсультантПлюс».
21. Постановление Девятого арбитражного суда от 24 декабря 2013 г. N 09АП-42382/2013-ГК по делу N А40-61749/13 // СПС «КонсультантПлюс».

22. Постановление ФАС Московского округа от 25 мая 2009 г. N КГ-А40/1594-09 по делу N А40-18395/08-26-81 // СПС «КонсультантПлюс».
23. Постановление Пятнадцатого арбитражного апелляционного суда от 18 июля 2014 г. N 15АП-10282/2014 // СПС «КонсультантПлюс».
24. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 22 марта 2016 г. N С01-112/2016 по делу N А11-5155/2015 // СПС «КонсультантПлюс».
25. Постановление ФАС Северо-Кавказского округа от 09.02.2012 по делу N А32-9696/2011.
11
26. Постановление ФАС Уральского округа от 24.06.2011 N Ф09-3428/11-С6 по делу N А60-34730/2010-С7 // СПС «КонсультантПлюс».
27. Постановление ФАС Восточно-Сибирского округа от 06.06.2012 по делу N А19-15965/2011 // СПС «КонсультантПлюс».
28. Определение ВАС РФ от 01.04.2014 N ВАС-3189/14 по делу N А40-173939/2012 // «КонсультантПлюс».
29. Определение ВС РФ от 13.03.2015 N 300-ЭС15-1187 по делу N СИП-310/2014 // «СПС «КонсультантПлюс»..
30. Постановление ФАС Западно-Сибирского округа от 13.03.2012 по делу N А46-9631/2011 // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
31. Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 29.05.2012 N 17АП3980/2012-ГК по делу N А60-41032/2011 // СПС «КонсультантПлюс».
32. Постановление Первого арбитражного апелляционного суда от 06.04.2015 по делу N А79-7106/2014 // СПС «КонсультантПлюс».
33. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 07.03.2014 N С01-106/2014 по делу N А40-64429/2013// СПС «КонсультантПлюс».
34. Ворожевич А.С. Защита брендов: стратегии, системы, методы: учебное пособие для магистров. Москва: Проспект, 2017. С. 59.
35. Гаврилов Э.П. Права на средства индивидуализации // Патенты и лицензии. 2016. N 5. С. 2.
36. Гаврилов Э.П. Права на средства индивидуализации // Патенты и лицензии. 2016. N 5. С. 11.
37. Зуйкова Н.В. Правовая охрана логотипа // СПС КонсультантПлюс. 2018.
38. Клейменова М.О. Перспективы повышения эффективности судебной защиты исключительного права на фирменное наименование, товарный знак и знак обслуживания // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2016. N 2. С. 64.
39. Научно-практический комментарий судебной практики в сфере защиты интеллектуальных прав / В.О. Калятин, Д.В. Мурзин, Л.А. Новоселова и др.; Под общ. ред. Л.А. Новоселовой. М.: Норма, 2014. С. 66
40. Ожева З.Р. Исключительные права на коммерческое обозначение в предпринимательском праве Российской Федерации: проблемы теории и практики: Автореф. ... канд. юрид. наук. 12.00.03. М., 2013. С. 13.
41. Право интеллектуальной собственности: Учебник для академического бакалавриата / Под ред. Л.А. Новоселовой. М., 2016. С. 87.
42. Рагулина А.В., Никитова А.А. Интеллектуальная собственность: понятие, содержание и защита. М.: Редакция «Российской газеты», 2017. Вып. 21. С. 49.
12
43. Свищева Е.И. Признаки охраноспособности коммерческих обозначений // Вестник арбитражной практики. 2014. N 3. С. 17.
44. Филиппова С.Ю. Фирменное право России. М.: Статут, 2016. С. 119.
45. Черничкина Г.Н. Современное понимание индивидуализации юридического лица в гражданском обороте, или Об исключительном праве на наименование и фирменное наименование юридического лица // Современное право. 2017. N 3. С. 56.

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/diplomnaya-rabota/41154>