

Л.Г.Кравец, А.С.Жуков



ЗАЩИТА КОРПОРАТИВНОГО БРЕНДА В ИНТЕРНЕТЕ



Л. Г. Кравец, А. С. Жуков

**ЗАЩИТА КОРПОРАТИВНОГО БРЕНДА
В ИНТЕРНЕТЕ**

МОСКВА
ОАО ИНИЦ «ПАТЕНТ»
2011

УДК 004.738.5::[347.774:659.127.6](041)

ББК 65.291.34+67.404.34ф1

К78

Кравец, Леонид Григорьевич.

К78 Защита корпоративного бренда в Интернете / Л. Г. Кравец,

А. С. Жуков. – М.: ИНИЦ «ПАТЕНТ», 2011. – 136 с.

ISBN 978-5-91808-052-8.

И. Жуков, Александр Сергеевич.

Конкурентные преимущества компании во многом определяются ее репутацией и способностью выделять свою продукцию на рынке. Делается это с использованием различных средств индивидуализации, в обиходе именуемых «корпоративным брендом». Однако в Интернете этому препятствуют конфликты официально зарегистрированных средств индивидуализации между собой и с прочими широко применяющимися во Всемирной паутине словесными обозначениями.

Чтобы эффективно справляться с этими угрозами, нужно хорошо разбираться в разновидностях происходящих конфликтов, иметь представление о действующей правовой базе охраны средств индивидуализации и направлениях ее развития, уметь выявлять зоны с повышенной вероятностью возникновения правовых конфликтов, располагать службой управления накапливаемым активом средств индивидуализации и эффективно использовать сетевые информационные ресурсы. Рассмотрению всех этих вопросов и посвящена данная брошюра.

УДК 004.738.5::[347.774:659.127.6](041)

ББК 65.291.34+67.404.34ф1

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. Обострение конфликтных отношений в сфере индивидуализации предпринимательства	7
1.1. Природа конфликтов, затрагивающих средства индивидуализации	7
1.2. Классификация угроз, сопровождающих средства индивидуализации в Глобальной паутине	12
1.2.1. Столкновения между владельцами официально регистрируемых средств индивидуализации.....	12
1.2.2. Столкновения средств индивидуализации с прочими используемыми в Интернете словесными обозначениями	21
Глава 2. Возможности развития правовой базы охраны средств индивидуализации	28
2.1. Специфика систем регистрации средств индивидуализации	28
2.2. Анализ действующих нормативно-правовых документов	34
2.3. Анализ отечественной и зарубежной судебной практики	44
2.4. Возможности информационно-правового обеспечения индивидуализации предпринимательства в Интернете	65
Глава 3. Управление корпоративным активом средств индивидуализации	81
3.1. Характеристика системы управления средствами индивидуализации	81
3.2. Последовательность действий, связанных с отбором и потреблением соответствующей информации	90
Глава 4. Источники информационного обеспечения индивидуализации предпринимательства в Интернете	97
4.1. Официальные источники информации.....	99
4.2. Коммерческие информационные службы.....	104
4.3. Информационно-поисковые системы Интернета.....	111
Глава 5. Идентификация «зон риска» с повышенной вероятностью правовых конфликтов.....	115
5.1. Целесообразность оптимизации поисковых процедур	115
5.2. Методология выявления зон с повышенной вероятностью правовых конфликтов.....	117
Заключение.....	126
Список литературы.....	129