



БРЕНД-ПРАВО

Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Галузь знань	08 Право
Спеціальність	081 Право
Освітня програма	Інформаційне право та право інтелектуальної власності
Статус дисципліни	вибіркова
Форма навчання	очна (денна), заочна
Рік підготовки, семестр	5 рік навчання, весняний семестр
Обсяг дисципліни	5 кредитів ЄКТС (150 годин) Очна : 18 год. – лекції, 36 год.- практичні, 96 СРС; заочна : 12 год. – лекції, 8 год.- практичні, 130 СРС.
Семестровий контроль/ контрольні заходи	Екзамен /модульна контрольна робота
Розклад занять	http://rozklad.kpi.ua/Schedules/ScheduleGroupSelection.aspx
Мова викладання	Українська
Інформація про керівника курсу / викладачів	Лектор: кандидат сільськогосподарських наук, старший науковий співробітник, судовий експерт у сфері інтелектуальної власності Кісіль Наталія Валеріївна e-mail: kisil_n@ukr.net Практичні / Семінарські: кандидат сільськогосподарських наук, старший науковий співробітник, судовий експерт у сфері інтелектуальної власності Кісіль Наталія Валеріївна e-mail: kisil_n@ukr.net
Розміщення курсу	URL: https://classroom.google.com/c/NzA4NTcwODQyMDc3?cjc=7b42awg інформація через телеграм-групу.

Програма навчальної дисципліни

1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

Метою вивчення дисципліни є формування у студентів цілісної системи знань щодо набуття правової охорони та особливостей використання відмітних атрибутів компанії або товару, які відображають їх індивідуальність, привертають увагу клієнтів і створюють позитивний імідж компанії, сприяючи її репутації й просуванню товару на ринку та розвитку успішного бренду.

Засвоєні студентами знання та набуті під час вивчення даної дисципліни навички дозволять з'ясувати зміст норм законодавства у сфері інтелектуальної власності, правильно тлумачити їхній зміст та застосовувати для вирішення конкретних питань у процесі роботи:

здійснювати правовий аналіз вибору оптимальної форми правової охорони інноваційних продуктів компаній та відмітних елементів бренду, які можуть набути охорону як засоби індивідуалізації товарів та послуг, промислові зразки, об'єкти авторського права або інші об'єкти інтелектуальної власності; визначати форми, порядок та способи захисту прав на ці об'єкти; ідентифікувати порушення прав інтелектуальної власності компаній, складати документи юридичного характеру з метою оформлення прав інтелектуальної власності, аналізувати судову практику у спорах щодо порушення прав інтелектуальної власності та визначати оптимальні шляхи їх врегулювання.

Предметом навчальної дисципліни є сукупність норм права, що регулюють суспільні відносини, які пов'язані із створенням, розпорядженням правами та захистом прав суб'єктів бренд-права.

Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти:

ПРН 6. Обґрунтовано формулювати свою правову позицію, вміти опонувати, оцінювати докази та наводити переконливі аргументи.

ПРН 14. Обґрунтовувати правову позицію на різних стадіях правозастосування

Відповідність результатів навчання та компетентностей за Стандартом вищої освіти за спеціальністю 081 «Право» для другого (магістерського) рівня вищої освіти:

Компетентності:

Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Здатність приймати обґрунтовані рішення.

Здатність системно аналізувати ефективність законодавства з охорони прав інтелектуальної власності, орієнтуватись в особливостях охорони цих прав у цифровому суспільстві, розуміти стратегічні напрями інтелектуальної власності в контексті європейської інтеграції.

Здатність застосовувати знання про законодавство, державну систему правової охорони та механізми захисту інтелектуальної власності, а також особливостей практики його застосування, з метою забезпечення концептуальних засад сталого розвитку.

Основні завдання навчальної дисципліни

Після засвоєння навчальної дисципліни студенти мають продемонструвати:

1. Знання:

Знання теоретичних засад права інтелектуальної власності; підходів до розуміння бренду, їх правових та психологічних складових; особливості набуття правової охорони, використання та захисту відмітних елементів бренду: торговельних марок, комерційних (фірмових) найменувань та географічних зазначень походження; особливостей набуття правової охорони, використання та захисту промислових зразків; особливостей виникнення і здійснення авторських та суміжних прав на відмітні елементи бренду; а також правових підстав для створення та просування успішних брендів.

2. Уміння:

з'ясовувати зміст норм законодавства у сфері інтелектуальної власності, правильно тлумачити їхній зміст та застосовувати для вирішення конкретних питань у процесі роботи за спеціальністю: здійснювати аналіз виникнення правової охорони на об'єкти інтелектуальної власності, форм, порядку та способів захисту прав на ці об'єкти; складати документи юридичного характеру з метою набуття та передачі прав інтелектуальної власності; розробляти бренд-стратегію правової охорони відмітних елементів бренду, аналізувати судову практику у спорах щодо порушення прав інтелектуальної власності та визначати оптимальні шляхи їх врегулювання.

3. Комунікація:

здатність надавати консультації з питань набуття правової охорони та захисту права інтелектуальної власності на відмітні елементи бренду, оцінювати потреби у належній

охороні творчих продуктів з метою формулювання та пропонування відповідних юридичних рішень; здатність враховувати інтереси учасників правовідносин і пропонувати збалансовані підходи до їх регулювання.

4. Автономність та відповідальність:

продемонструвати розуміння особистої відповідальності за професійні рішення чи надані пропозиції/рекомендації, складені документи, які можуть впливати на діяльність компаній та розвиток сильних брендів.

2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)

«Бренд-право» вивчається після дисципліни «Доктрина, принципи, методологія приватного права», «Доктрина, принципи, методологія публічного права», «Комерціалізація майнових прав інтелектуальної власності», «Практика вирішення спорів у сфері права інтелектуальної власності», які є необхідною передумовою ефективного навчання та володіння компетентностями, які формуються під час вивчення цих дисциплін, з огляду на системність та взаємопов'язаність з тематикою освітньої програми.

3. Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Бренд: поняття та основні підходи до його розуміння.

Тема 2. Особливості набуття правової охорони, використання та захисту торговельних марок, як відмітних елементів бренду.

Тема 3. Особливості набуття правової охорони, використання та захисту комерційних фірмових найменувань та географічних зазначень походження товару, як відмітних елементів бренду.

Тема 4. Особливості набуття правової охорони, використання та захисту промислових зразків.

Тема 5. Виникнення і здійснення авторських та суміжних прав на відмітні елементи бренду.

Тема 6. Правові підстави для створення та просування успішного бренду.

1. Навчальні матеріали та ресурси

Базові нормативні джерела та література

1. Цивільний кодекс України : від 16 січня 2003 р. № 435-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 40. Ст. 356. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення 26.08.2024).

2. Бернська конвенція про охорону літературних і художніх творів : прийнята 24 липня 1971 р., із змінами від 02 жовт. 1979. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_051#Text (дата звернення 26.08.2024).

3. Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20 берез. 1883 року. Набрання чинності для України від 25.12.1991. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_123#Text (дата звернення 26.08.2024).

4. Мадридська угода про міжнародну реєстрацію знаків від 14 квітня 1891 р.: набуття чинності для України: 25 грудня 1991 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_134#Text (дата звернення 26.08.2024).

5. Міжнародна конвенція про охорону інтересів виконавців, виробників фонограм і організацій мовлення (Римська конвенція) від 26 жовтня 1961 року: приєднання України до Конвенції 20.09.2001. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_763#Text (дата звернення 26.08.2024).

6. Гаазька угода про міжнародну реєстрацію промислових зразків від 28 листопада 1960 р. : приєднання України до угоди 17.01.2002. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_132#Text (дата звернення 26.08.2024).

7. Про авторське право і суміжні права : закон України від 01 груд. 2022 р. № 2811-IX//

Голос України: офіційне видання від 31.12.2022. № 267. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text> (дата звернення 26.08.2024).

8. Про охорону прав на винаходи і корисні моделі: закон України № № 3687-XII від 15.12.93. Відомості Верховної Ради України. 1994, № 7, ст. 32. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3687-12#Text>. (дата звернення 26.08.2024)

9. Про охорону прав на промислові зразки : закон України № № 3688-XII від 15.12.93 *Відомості Верховної Ради України*. 1994, № 7, ст. 34. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3688-12/print1218034688041545#Text> (дата звернення 26.08.2024).

10. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: закон України № 3689-XII від 15.12.93. *Відомості Верховної Ради України*. 1994, № 7, ст. 36. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12/print1218034688041545#Text> (дата звернення 26.08.2024).

11. Про правову охорону географічних зазначень : закон України від 16.06.1999 № 752-XIV. *Відомості Верховної Ради України*. 1999, № 32, ст.267. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/752-14/print1218034688041545#Text>. (дата звернення 26.08.2024).

12. Методичні рекомендації з окремих питань проведення експертизи заявки на знак для товарів і послуг: Наказ Державного підприємства "Український інститут промислової власності" від 07.04.2014 № 91 із змінами. URL: https://ukrpatent.org/i_upload/file/metod-rek-tm-05112018.pdf. (дата звернення 26.08.2024).

13. Правила складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг від 28.07.1995 № 116. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0276-95#Text> . (дата звернення 26.08.2024).

14. Про затвердження Порядку державної реєстрації авторського права і договорів, які стосуються майнових прав на твір: Наказ Міністерства економіки України від 16 серпня 2023 р. № 11319. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1760-23#Text> (дата звернення 05.02.2024). (дата звернення 26.08.2024).

15. Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності від 15.04.1994 року. URL: (Угода TRIPS). URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981_018#Text (дата звернення 26.08.2024).

16. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: Міжнародний документ від 27.06.2014. Набрання чинності від 1.09.2017. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text (дата звернення 26.08.2024).

17. Директива Європейського парламенту і ради (ЄС) 2015/2436 від 16 грудня 2015 року про наближення законодавств держав-членів щодо торговельних марок. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_031-15#Text (дата звернення 26.08.2024).

18. Інтелектуальна власність та патентознавство: підручник для студ., які навчаються за програмами підготовки магістрів / Н. О. Білоусова, Н. В. Гаврушкевич, М. А. Данильченко, М. В. Дубняк, Н. Д. Когут, О. В. Литвин, А. С. Ромашко, П. М. Цибульов, О. Я. Юрчишин ; КПІ ім. Ігоря Сікорського ; за ред. П. М. Цибульова, А. С. Ромашко. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 377 с. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/f10814f3-44d4-4558-b79b-b763120e293a/content> (дата звернення 26.08.2024).

19. Коваль І.Ф. Комерціалізація прав інтелектуальної власності: навч. посіб. К.: Юрінком Інтер, 2018. 272 с.

20. Використання об'єктів інтелектуальної власності в рекламі : навч. посіб. / Т.І. Биркович, Ш.С. Бондар, Р.Б. Шишка, І.М. Сопілко [та інш.]. Київ : Видавництво Ліра-К, 2019. 520 с.

Додаткова література та нормативні джерела

1. Енциклопедія інтелектуальної власності / за ред. проф. П.П. Крайнева. Київ, 2012. 660 с.
2. Основи інтелектуальної власності. К.: Юридичне видавництво «Ін Юре», 1999. 578 с.

3. Коноваленко В. Інтелектуальна власність в рекламі, фірмовому стилі підприємства і дизайні продукту (упаковки): Практичний посібник для авторів, виконавців, рекламистів, рекламодавців. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2011. 400 с.
4. Саймон Б., Мілліган Е. Міфи про брендинг. Х.: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2020. 256 с.
5. Актуальні питання захисту права інтелектуальної власності: навчально-практичний посібник / А.В. Шабалін. К. : НДІ інтелектуальної власності НАПрН України, 2019. 200 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/1kqFPIKx7EqkTUsdzGXxUqazk18s9NxaJ/view> (дата звернення 26.08.2024).
6. Штефан А.С. Авторське право і суміжні права: особливості правової охорони, здійснення та захисту: монографія. К.: НВП Інтерсервіс, 2017. 150 с. URL: <http://ndiiv.org.ua/Files2/Monogr.avtor.%20pravo%20i%20sumiz.%20prava.pdf> (дата звернення 26.08.2024).
7. Бошицький Ю.л., Козлова О.О., Андрощук Г.О. Комерційні найменування: основні правові аспекти. наук.-практ. вид. / за заг. ред. Ю.С. Шемшученка. К.: ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2006. 216 с.
8. Капіца Ю.М., Ступак С.К., Жувака О.В. Авторське право і суміжні права в Європі: монограф. Київ: Логос, 2012. 696 с.
9. Лонг Д., Рей П., Жаров В.О., Шевелева Т.М., Василенко І.Е., Дроб'язко В.С. Захист прав інтелектуальної власності: норми міжнародного і національного законодавства та їх правозастосування. Практичний посібник. К.: К.І.С., 2007. 448 с.
10. Договори щодо розпорядження майновими правами на об'єкти патентного права. Том 1/ кол. авторів; за ред. Н.М. Мироненко; К.: НДІ ІВ АПрН України, 2019. 222 с. URL: https://drive.google.com/file/d/14A3KJ3_AOSzKcOCz1cqOGVPu2p3pwcOb/view (дата звернення 26.08.2024).
11. Договори щодо розпорядження майновими правами на об'єкти патентного права. Том 2/ кол. Авторів; за ред. Н.М. Мироненко; К.: НДІ ІВ АПрН України, 2019. 202 с. URL: https://drive.google.com/file/d/199pIwL6_afmah1mmyRi-Id2waXR0zyUF/view (дата звернення 26.08.2024).
12. Розпорядження майновими правами інтелектуальної власності: збірник типових форм договорів та коментар до них / колектив авторів; за наук. ред. Н. М. Мироненко : НДІ ІВ НАПрН України, 2019. 96 с. URL: https://drive.google.com/file/d/1AKHYElimCT6IWVT1gTgEFtHYYNt_23zS/view (дата звернення 26.08.2024).
13. Кісіль Н.В. Як зареєструвати авторське право. URL: <https://www.kisil-nv.com/2023/02/01/%d1%8f%d0%ba-%d0%b7%d0%b0%d1%80%d0%b5%d1%94%d1%81%d1%82%d1%80%d1%83%d0%b2%d0%b0%d1%82%d0%b8-%d1%81%d0%b2%d0%be%d1%94-%d0%b0%d0%b2%d1%82%d0%be%d1%80%d1%81%d1%8c%d0%ba%d0%b5-%d0%bf%d1%80%d0%b0%d0%b2/> (дата звернення 26.08.2024).
14. Кісіль Н.В. Судова експертиза об'єктів інтелектуальної власності в Україні: предмет, завдання та межі компетенції// Експерт: парадигми юридичних наук і державного управління : електронне наукове видання : збірник. К.: Видавництво Ліра-К, 2021. №3 (15). С. 26-40. URL: <https://maup.com.ua/assets/files/expert/15/2.pdf> (дата звернення 26.08.2024).
15. Кісіль Н.В. Загальні методичні підходи до проведення експертних досліджень, об'єктами яких є різні засоби індивідуалізації// Теорія та практика судової експертизи і криміналістики: збірник наукових праць. Вип. 16 / ред. кол. : О.М. Ключев, В.Ю.Шепітько та ін.. – Х. : Право, 2016. – 500с. (С. 382-390). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpsek_2016_16_53 (дата звернення 26.08.2024).
16. Капіца Ю.М. Охорона авторського права при комерційному розповсюдженні або вільному доступі до електронних наукових видань у мережі Інтернет: вимоги, обмеження, досвід. *Наука України у світовому інформаційному просторі*. № 11, 2015. С. 45–55.
17. Дорошенко О., Щукіна К. Структура комерційного найменування. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. URL: http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Teoriya-i-praktyka-intelekt-vlasnosti/2009_3/doroshenko.%20shchukina.pdf
18. Кісіль Н.В. Тонкощі створення та розвитку власного бренду / ч. 1 Сутність бренду.

URL: <https://www.kisil-nv.com/2024/08/25/%d1%82%d0%be%d0%bd%d0%ba%d0%be%d1%89%d1%96-%d1%81%d1%82%d0%b2%d0%be%d1%80%d0%b5%d0%bd%d0%bd%d1%8f-%d1%82%d0%b0-%d1%80%d0%be%d0%b7%d0%b2%d0%b8%d1%82%d0%ba%d1%83-%d0%b2%d0%bb%d0%b0%d1%81%d0%bd%d0%be/> (дата звернення 26.08.2024).

19. Кісіль Н.В. Тонкощі створення та розвитку власного бренду / ч. 2. Правова охорона відмітних елементів бренду. URL: <https://www.kisil-nv.com/2024/08/25/%d0%bf%d1%80%d0%b0%d0%b2%d0%be%d0%b2%d0%b0-%d0%be%d1%85%d0%be%d1%80%d0%be%d0%bd%d0%b0-%d0%b2%d1%96%d0%b4%d0%bc%d1%96%d1%82%d0%bd%d0%b8%d1%85-%d0%b5%d0%bb%d0%b5%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d1%82%d1%96%d0%b2/> (дата звернення 26.08.2024).

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Web-site Міністерства економіки України. URL: <http://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&id=bb27fb37-4305-4686-9ea0-995d1c10f028&tag=DerzhavnaSluzhbaIntelektualnoiVlasnosti>
2. Web-site Державної системи правової охорони інтелектуальної власності. URL: <https://ukrpatent.org>
3. Web-site Державної організації «Українське агентство з авторських та суміжних прав». URL: <https://uacrr.org/>
4. Web-site Всесвітньої організації інтелектуальної власності. URL: <https://www.wipo.int/portal/en/index.html>
5. Єдиний державний реєстр судових рішень. URL: <http://www.reyestr.court.gov.ua>.
6. Спеціальна інформаційна система УКРНОІВІ. URL: <https://sis.nipo.gov.ua/uk/search/simple/>
7. База даних торговельних марок WIPO. URL: https://branddb.wipo.int/en/quicksearch?sort=score%20desc&rows=30&asStructure=%7B%22boolean%22:%22AND%22,%22bricks%22:%5B%5D%7D&_id=1710512907295

Навчальний контент

2. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Основними методами навчання є поєднання лекційних, семінарських (практичних) занять та індивідуально-консультативної роботи у різних формах (запитально-відповідальній, обговорення конкретних ситуацій, підготовлених документів тощо) і самостійної роботи студентів у формі виконання тестових завдань, вирішення конкретних правових ситуацій, підготовка проектів документів юридичного змісту (договорів, заяв на реєстрацію торговельних марок, об'єктів авторського права тощо), обговорення та захист індивідуальних робіт практичного спрямування.

Рівень навчально-пізнавальної діяльності студентів при вивченні дисципліни безпосередньо залежить від застосування сучасних навчальних технологій, з яких обов'язковими є: проблемні лекції, міні-лекції, лекції-дискусії, лекції-діалоги, візуальні лекції, лекції-прес-конференції; семінарські заняття – дискусії, аудиторні конференції, семінари – вирішення проблемних питань, семінари – «мозкові атаки», «потoki ідей», «рольові ігри» тощо.

Проведення лекційних занять підкоряється принципам: науковості, зв'язку теорії з практикою, логічності, доступності лекційного матеріалу, систематичності його викладення, наочності, ретельного відбору питань, що вносяться в план лекції.

Найбільш поширеними видами лекцій, які сприяють активізації навчального процесу студентів є **проблемні лекції**. Проблемні лекції будуються на обговоренні двох-трьох проблемних питань, які є найбільш суттєвими у даній темі, або викликають найбільше дискусій серед науковців. Увага студентів у такій лекції концентрується на матеріалі, який не знайшов відображення у загальних навчальних джерелах, а підготовлений з використанням

монографічних робіт та інших наукових праць. Цей матеріал повинен відображати найсучасніші досягнення правової науки, практики, законодавчої техніки тощо, а також містити відомості історичного та порівняльного характеру. Ефективним буде використання лектором ілюстративного матеріалу, схем, презентацій тощо.

Спосіб ведення лекції передбачає постановку проблемного питання, його аналіз, порівняння існуючих у науці точок зору на проблему, формування певних шляхів її вирішення. Проблемні питання (ситуації) в такій лекції подаються викладачем послідовно та вирішуються у процесі спільної діяльності викладача і студентів, з максимальною самостійністю останніх під спрямовуючим керівництвом викладача. Лектор також ставить перед студентами проблемні питання для самостійного розмірковування, які вони повинні здійснити за схемою (методикою), застосованою під час проведення лекції. Таким чином стимулюється активне мислення студентів, опрацювання ними наукових джерел у пошуках правильної відповіді.

Міні-лекція як засіб активізації навчальної діяльності студентів являє собою особливий вид заняття, на якому навчальний матеріал подається студентам схематично, характеризується ємністю та складністю логічної побудови. Як правило, міні-лекція виступає складовою лекції, на якій розкриваються складні та великі за обсягом теми. На міні-лекції студентам на прикладі характеристики окремих елементів схеми подається алгоритм розкриття питань, що входять до блоку, значну частину яких вони повинні будуть опрацювати самостійно.

Лекція-дискусія – це лекція, що заснована на взаємодоповненнях. Такі лекції проводяться за темами, що знаходяться на межі східних галузей знань, або за новими темами, які важко об'єднати в єдине ціле.

Лекція-діалог викладається у формі захисту точок зору різних вчених і практиків. Проблемні питання обумовлюються, як правило, заздалегідь, однак можливі імпровізації.

Візуальна лекція заснована на широкому використанні наочних засобів. Основний навчальний матеріал подається у вигляді схем, графіків, слайдів, відеофільмів тощо. Наочність посилює активність мислення та сприяє запам'ятовуванню матеріалу.

Лекція - прес-конференція призначена для з'ясування побажань студентів з питань поглиблення та розширення знань з дисципліни чи її розділу та роз'яснення цих питань у процесі проведення лекції. У таких випадках студентам заздалегідь повідомляється тема лекції та ставиться завдання письмово підготувати питання, на яких викладач має зупинитися більш детально. На лекції викладач спочатку збирає та класифікує питання, а згодом викладає матеріал з акцентом на поставлених студентами питаннях.

5.1. Лекції та практичні заняття

№	Назва теми, перелік основних питань, література
1	<p>Тема 1. Бренд: поняття та основні підходи до його розуміння.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Поняття бренду та його елементів. – Підходи до розуміння бренду. Правові та психологічні складові. – Елементи (атрибути) брендів, які можуть набувати охорону правом інтелектуальної власності. – Зміст права інтелектуальної власності. – Особисті немайнові та майнові права інтелектуальної власності. – Первинні та вторинні суб'єкти прав інтелектуальної власності. – Особливості набуття правової охорони на торговельні марки, винаходи та корисні моделі, промислові зразки, об'єкти авторського права. <p><i>Література:</i> базова [1, 7-20], додаткова [2, 3, 4, 18, 19].</p>
2	<p>Тема 2. Особливості набуття правової охорони, використання та захисту торговельних марок, як відмітних елементів бренду.</p> <p>2.1. Торговельні марки: поняття, види, обсяг правової охорони</p> <ul style="list-style-type: none"> – Види засобів індивідуалізації товарів та послуг. – Види торговельних марок. – Умови надання правової охорони торговельним маркам.

	<ul style="list-style-type: none"> – Обсяг правової охорони, що надається торговельній марці. – Підстави для відмови в наданні правової охорони позначенням, які реєструються як торговельні марки. – Властивості позначень: розрізняльна здатність, описовість, оманливість та загальноновживаність. <p><i>Література:</i> базова [1, 3, 10,12, 13, 18, 20], додаткова [1, 2, 19].</p>
3	<p>2.2. Визначення тотожності або схожості позначень настільки, що їх можна сплутати.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Загальні особливості проведення дослідження на тотожність та схожість. – Дослідження різних засобів індивідуалізації на наявність тотожності або схожості настільки, що їх можна сплутати. – Особливості проведення досліджень словесних позначень. – Виявлення фонетичної (звукової) схожості словесних позначень. – Виявлення графічної (візуальної) схожості позначень. – Виявлення семантичної (змістовної) схожості позначень. – Визначення спорідненості товарів і послуг. – Особливості встановлення тотожності та схожості графічних та комбінованих позначень. <p><i>Література:</i> базова [1, 3, 4, 10,12, 13, 18, 20], додаткова [1, 2].</p>
4	<p>2.3. Набуття прав на торговельну марку.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Особливості складання, подання і розгляду заявки на видачу свідоцтва України на торговельну марку. – Порядок одержання свідоцтва. – Пріоритет попередньої заявки. – Експертиза заявки. – Реєстрація ТМ та видача Свідоцтва. – Міжнародна реєстрація торговельних марок. – Визнання торговельної марки добре відомою. – Особливості правової охорони добре відомих ТМ. – Аналіз обраної назви компанії, назви продукту або проекту логотипа на відповідність умовам надання правої охорони як торговельним маркам. – Створення відмітних елементів бренду із високою розрізняльною здатністю. <p><i>Література:</i> базова [1, 3, 4, 10,12, 13, 18, 20], додаткова [1, 2, 15-17].</p>
5	<p>2.4. Особливості використання та захисту прав на торговельні марки.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Права, що впливають із Свідоцтва на торговельну марку. – Обов'язки, що впливають із Свідоцтва. – Особливості використання торговельних марок. – Передача прав на торговельну марку. – Припинення дії свідоцтва. – Захист прав на торговельні марки. – Визнання Свідоцтва на торговельну марку недійсним. <p><i>Література:</i> базова [1, 3, 10,12, 13], додаткова [1, 2, 5, 9, 11, 12, 14, 15].</p>
6	<p>Тема 3. Особливості набуття правової охорони, використання та захисту комерційних (фірмових) найменувань та географічних зазначень походження товару, як відмітних елементів бренду.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Правова охорона комерційного (фірмового) найменування. – Порушення прав на комерційне (фірмове) найменування. – Види географічних зазначень. – Надання правої охорони географічним зазначенням. – Порядок реєстрації географічних зазначень. – Права і обов'язки, що впливають із реєстрації географічного зазначення. – Порушення прав на географічні зазначення. <p><i>Література:</i> базова [1, 3, 11, 18], додаткова [2, 7, 17].</p>
7	<p>Тема 4. Особливості набуття правової охорони, використання та захисту промислових зразків.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – Умови надання правової охорони промисловим зразкам. – Критерії охороноздатності промислового зразка. – Порядок реєстрації прав на промислові зразки. – Міжнародні заявки. – Права і обов'язки суб'єктів прав на промислові зразки. – Використання промислового зразка. – Дії, які не визнаються порушенням прав. – Припинення державної реєстрації та визнання прав на промислові зразки недійсними. – Особливості використання та захисту прав на торговельні марки та промислові зразки. <p><i>Література:</i> базова [1, 3, 6, 9, 18], додаткова [2, 3, 7].</p>
8	<p>Тема 5. Виникнення і здійснення авторських та суміжних прав на відмітні елементи бренду.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Виникнення і здійснення авторських і суміжних прав. – Права, що охоплюються авторським правом. – Особливості набуття правової охорони на об'єкти дизайну. – Співвідношення авторських прав та прав на ТМ. – Встановлення факту відтворення графічних творів у торговельних марках. – Випадки виникнення подвійної охорони на твори декоративно-ужиткового мистецтва. – Співвідношення авторських прав та прав на промислові зразки: точки перетину у спірних ситуаціях. <p><i>Література:</i> базова [1, 2, 5, 14, 18, 20], додаткова [1, 2, 13, 16].</p>
9	<p>Тема 6. Правові підстави для створення та просування успішного бренду.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Історії створення успішного бренду та підходи до його просування. – Алгоритми вибудовування успішного бренду. – Правові підстави для виникнення сильних брендів. – Розробка бренд-стратегії правої охорони відмітних елементів бренду. – Докази та доказування у бренд-спорах. <p><i>Література:</i> базова [1-14, 20], додаткова [1, 3, 4].</p>

3. Самостійна робота студента

До самостійної роботи студентів включається підготовка до аудиторних занять шляхом опанування матеріалів лекції та вивчення базової і додаткової літератури. Розв'язання кейсів та практичних задач, підготовка юридичних документів.

№ з/п	Назва теми, перелік основних питань, література	Форма контролю
1	<p>Тема 1. Бренд: поняття та основні підходи до його розуміння.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Поняття бренду та його елементів. – Підходи до розуміння бренду. Правові та психологічні складові. – Елементи (атрибути) брендів, які можуть набувати охорону правом інтелектуальної власності. – Зміст права інтелектуальної власності. – Особисті немайнові та майнові права інтелектуальної власності. – Первинні та вторинні суб'єкти прав інтелектуальної власності. – Особливості набуття правової охорони на торговельні марки, винаходи та корисні моделі, промислові зразки, об'єкти авторського права. <p><i>Література:</i> базова [1, 7-20], додаткова [2, 3, 4, 18, 19].</p>	<i>Опитування/кейси</i>
2	<p>Тема 2. Особливості набуття правової охорони, використання та захисту торговельних марок, як відмітних елементів бренду.</p>	<i>опитування/практичні завдання</i>

	<p>2.1. Торговельні марки: поняття, види, обсяг правової охорони</p> <ul style="list-style-type: none"> – Види засобів індивідуалізації товарів та послуг. – Що може бути об'єктом торговельної марки. – Види торговельних марок. – Умови надання правової охорони торговельним маркам. – Обсяг правової охорони, що надається торговельній марці. – Підстави для відмови в наданні правової охорони позначенням, які реєструються як торговельні марки. – Властивості позначень: розрізняльна здатність, описовість, оманливість та загальноживаність. – Зміст поняття розрізняльна заданість. <p><i>Література:</i> базова [1, 3, 10,12, 13, 18, 20], додаткова [1, 2, 7, 19].</p>	
3	<p>2.2. Визначення тотожності або схожості позначень настільки, що їх можна сплутати.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Загальні особливості проведення дослідження на тотожність та схожість. – Дослідження різних засобів індивідуалізації на наявність тотожності або схожості настільки, що їх можна сплутати. – Особливості проведення досліджень словесних позначень. – Виявлення фонетичної (звукової) схожості словесних позначень. – Виявлення графічної (візуальної) схожості позначень. – Виявлення семантичної (змістовної) схожості позначень. – Критерії з урахуванням яких здійснюється встановлення схожості словесних позначень. – Особливості встановлення тотожності та схожості комбінованих позначень. – Особливості встановлення тотожності та схожості графічних позначень – Визначення спорідненості товарів і послуг. – Ознаки, які досліджуються під час визначення спорідненості товарів. – Ознаки, які досліджуються під час визначення спорідненості послуг. – Ознаки, які досліджуються під час визначення спорідненості товарів та послуг. <p><i>Література:</i> базова [1, 3, 4, 10,12, 13, 18, 20], додаткова [1, 2].</p>	опитування / практичні завдання
4	<p>2.3. Набуття прав на торговельну марку.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Особливості складання, подання і розгляду заявки на видачу свідоцтва України на торговельну марку. – Порядок одержання свідоцтва. – Пріоритет попередньої заявки. – Експертиза заявки. – Реєстрація ТМ та видача Свідоцтва. – Міжнародна реєстрація торговельних марок. – Визнання торговельної марки добре відомою. – Особливості правової охорони добре відомих ТМ. – Фактори, які враховувалися при визначенні добре відомості знаку. – Аналіз обраної назви компанії, назви продукту або проекту логотипа на відповідність умовам надання правої охорони як торговельним маркам. – Створення відмітних елементів бренду із високою розрізняльною здатністю. <p><i>Література:</i> базова [1, 3, 4, 10,12, 13, 18, 20], додаткова [1, 2, 7, 15-17].</p>	опитування/ практичні завдання
5	<p>2.4. Особливості використання та захисту прав на торговельні марки.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Права, що впливають із Свідоцтва на торговельну марку. – Обов'язки, що впливають із Свідоцтва. 	тестові завдання/ кейси

	<ul style="list-style-type: none"> – Особливості використання торговельних марок. – Передача прав на торговельну марку. – Припинення дії свідоцтва. – Захист прав на торговельні марки. – Визнання Свідоцтва на торговельну марку недійсним. <p><i>Література:</i> базова [1, 3, 10,12, 13], додаткова [1, 2, 5, 7, 9, 11, 12, 14, 15].</p>	
6	<p>Тема 3. Особливості набуття правової охорони, використання та захисту комерційних фірмових найменувань та географічних зазначень походження товару, як відмітних елементів бренду.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Правова охорона комерційного (фірмового) найменування. – Порушення прав на комерційне (фірмове) найменування. – Види географічних зазначень. – Надання правової охорони географічним зазначенням. – Порядок реєстрації географічних зазначень. – Права і обов'язки, що впливають із реєстрації географічного зазначення. – Порушення прав на географічні зазначення. <p><i>Література:</i> базова [1, 3, 11, 18], додаткова [2, 7, 17].</p>	<i>практичні завдання / кейси</i>
7	<p>Тема 4. Особливості набуття правової охорони, використання та захисту промислових зразків</p> <ul style="list-style-type: none"> – Умови надання правової охорони промисловим зразкам. – Критерії охороноздатності промислового зразка. – Порядок реєстрації прав на промислові зразки. – Міжнародні заявки. – Права і обов'язки суб'єктів прав на промислові зразки. – Використання промислового зразка. – Дії, які не визнаються порушенням прав. – Припинення державної реєстрації та визнання прав на промислові зразки недійсними. – Особливості використання та захисту прав на торговельні марки та промислові зразки. <p><i>Література:</i> базова [1, 3, 6, 9, 18], додаткова [2, 3, 7].</p>	<i>практичні завдання / кейси / тест</i>
8	<p>Тема 5. Виникнення і здійснення авторських та суміжних прав на відмітні елементи бренду.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Виникнення і здійснення авторських і суміжних прав. – Права, що охоплюються авторським правом. – Особливості набуття правової охорони на об'єкти дизайну. – Співвідношення авторських прав та прав на ТМ. – Встановлення факту відтворення графічних творів у торговельних марках. – Випадки виникнення подвійної охорони на твори декоративно-ужиткового мистецтва. – Співвідношення авторських прав та прав на промислові зразки: точки перетину у спірних ситуаціях. <p><i>Література:</i> базова [1, 2, 5, 14, 18, 20], додаткова [1, 2, 13, 16].</p>	<i>практичні завдання / кейси</i>
9	<p>Тема 6. Правові підстави для створення та просування успішного бренду</p> <ul style="list-style-type: none"> – Історії створення успішного бренду та підходи до його просування. – Алгоритми вибудовування успішного бренду. – Правові підстави для виникнення сильних брендів. – Розробка бренд-стратегії правової охорони відмітних елементів бренду. – Докази та доказування у бренд-спорах. <p><i>Література:</i> базова [1-14, 20], додаткова [1, 3, 4].</p>	<i>практичні завдання / кейси</i>

4. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Правила відвідування занять. Здобувачам освіти рекомендується відвідувати лекції та практичні заняття. Система оцінювання орієнтована на отримання балів за активність студента/студентки, а також виконання завдань, які здатні розвинути практичні уміння та навички. Відсутність на лекції не відпрацьовується, оскільки теми та питання лекцій і практичних занять співпадають. Згідно з «Положенням про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського» заборонено оцінювати присутність або відсутність здобувача на аудиторному занятті, в тому числі нараховувати за це заохочувальні або штрафні бали. Детально: <https://osvita.kpi.ua/node/37>. Відсутність на практичному занятті відпрацьовується.

Особливості організації освітнього процесу під час дистанційного навчання визначено «Положенням про дистанційне навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського». Детально: <https://osvita.kpi.ua/node/188>.

Правила поведінки на заняттях. Норми етичної поведінки студентів і науково-педагогічних працівників визначені у розділі 2 Кодексу честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Детально: <https://kpi.ua/code>.

Політика дедлайнів та перескладань. Відпрацювання практичного заняття за рішенням викладача може здійснюватися у формі опитування, тестування, виконання практичного завдання, розв'язання задачі з відповідної теми.

На останньому за розкладом занятті проводиться основна форма поточного контролю у вигляді письмової модульної контрольної роботи. Результат модульної контрольної роботи для студента, який не з'явився на контрольний захід, є нульовим. У такому разі, студент має можливість повторно виконати модульну контрольну роботу.

Політика академічної доброчесності та її принципи визначені у розділі 3 Кодексу честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Детально: <https://kpi.ua/code>.

5. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (PCO)

5.1. Денна форма

Поточний контроль: експрес-опитування, опитування за темою заняття, тест, виконання практичного завдання, розв'язання задач (кейсів). Процес вивчення дисципліни передбачає написання 1 модульної контрольної роботи у формі виконання практичного завдання та вирішення тестових завдань.

№ з/п	Поточний, семестровий контроль	%	Ваговий бал	Кількість	Всього балів
1.	Практичне заняття	36,0	2	18	36
2.	Модульна контрольна робота (МКР)	10,0	10	1	14
3	Екзамен				50
	Всього				100

Проходження курсів COURSERA, що стосуються сфери інтелектуальної власності, дає можливість закрити заборгованість по одному з практичних занять: №1, 2 або 3 (не більше 1 курсу може бути зараховано) та отримати до 2-ти балів за опанований курс, наприклад можуть бути опановані наступні курси: <https://www.coursera.org/learn/protect-business-innovations-trademark>, <https://www.coursera.org/lecture/introduction-intellectual-property/introduction-to-intellectual-property-q7KSP> або інші курси за узгодженням із викладачем.

Поточний контроль має чотири рівні оцінювання, критерії:

“відмінно” – повна відповідь (не менше 95% потрібної інформації) – студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в заданому обсязі, правильно і

обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних комунікативних ситуаціях – практичне заняття **2 бали**, МКР – **11-14 балів**;

“добре” – достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації) або повна відповідь з несуттєвими недоліками, які допускає студент – практичне заняття **1 бал**, МКР – **8-10 балів**;

“задовільно” – неповна відповідь (не менше 60% потрібної інформації), студент засвоїв основний теоретичний матеріал, але допускає неточності – практичне заняття **0,5 бали**, МКР – **4-7 балів**;

“незадовільно” – відповідь не відповідає вимогам до «задовільно» – практичне заняття **0 бали**, МКР – **0-3 бали**.

Результати поточного контролю здобувача регулярно вносяться викладачем до модуля «Поточний контроль» АС Електронний кампус.

Календарний контроль: проводиться двічі на семестр як моніторинг поточного стану виконання вимог Силабусу.

Критерій	Перший	Другий
Термін	7-8 тиждень	14-15 тиждень
Умови отримання позитивного результату	8 балів	20 балів

Семестровий контроль

Семестровий контроль: екзамен.

Умови допуску до семестрового контролю: рейтинг більше 30 балів.

Порядок проведення контрольних заходів визначено у «Положенні про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПП ім. Ігоря Сікорського». Детально: <https://osvita.kpi.ua/node/32>.

Розрахунок балів за виконання завдань екзаменаційного білету:

Умова допуску до екзамену: поточний рейтинг студента становить ≥ 30 балів. Екзамен проходить в письмовій формі. Кожному студенту білеті задається 2 теоретичні питання з переліку тем для семестрового контролю кожне з яких оцінюється (*бали за одне питання*):

20-25 балів якщо здобувач розкрив питання на високому рівні (вказано нормативно-правове регулювання, є приклади проблемних ситуацій або судової практики чи правових підходів до вирішення проблемних питань);

15-19 балів – відповідь на питання викладено безпомилково, але не достатньо повно проте з застосуванням набутих теоретичних знань;

10-14 балів – відповідь на питання викладено не повністю, але основні аспекти розкрито;

9 балів – відповідь на питання викладено не повністю;

0 балів – не має відповіді.

5.1. Заочна форма

Поточний контроль: експрес-опитування, опитування за темою заняття, тест, виконання практичного завдання, розв’язання задач (кейсів). Процес вивчення дисципліни передбачає написання 1 модульної контрольної роботи у формі виконання практичного завдання та вирішення тестових завдань.

№ з/п	Поточний, семестровий контроль	%	Ваговий бал	Кількість	Всього балів
1.	Практичне заняття	36,0	8	4	36
2.	Модульна контрольна робота (МКР)	10,0	10	1	14
3.	Екзамен				50
	Всього				100

Поточний контроль має чотири рівні оцінювання, критерії:

“**відмінно**” – повна відповідь (не менше 95% потрібної інформації) – студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в заданому обсязі, правильно і обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних комунікативних ситуаціях – практичне заняття **8 балів**, МКР – **11-14 балів**;

“**добре**” – достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації) або повна відповідь з несуттєвими недоліками, які допускає студент – практичне заняття **5-7 балів**, МКР – **8-10 балів**;

“**задовільно**” – неповна відповідь (не менше 60% потрібної інформації), студент засвоїв основний теоретичний матеріал, але допускає неточності – практичне заняття **2-4 бали**, МКР – **4-7 балів**;

“**незадовільно**” – відповідь не відповідає вимогам до «задовільно» – практичне заняття **0-1 бал**, МКР – **0-3 бали**.

Семестровий контроль

Семестровий контроль: екзамен.

Порядок проведення контрольних заходів визначено у «Положенні про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського». Детально: <https://osvita.kpi.ua/node/32>.

Таблиця переведення рейтингових балів за університетською шкалою:

<i>Кількість балів</i>	<i>Оцінка</i>
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

6. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)

Орієнтовний перелік питань до екзамену:

1. Поняття бренду та його елементів.
2. Підходи до розуміння бренду. Правові та психологічні складові.
3. Елементи (атрибути) брендів, які можуть набувати охорону правом інтелектуальної власності.
4. Особисті немайнові та майнові права інтелектуальної власності.
5. Первинні та вторинні суб'єкти прав інтелектуальної власності.
6. Види засобів індивідуалізації товарів та послуг. Види торговельних марок.
7. Умови надання правової охорони торговельним маркам, як відмітним елементам бренду.
8. Обсяг правової охорони, що надається торговельній марці.
9. Підстави для відмови в наданні правової охорони позначенням, які реєструються як торговельні марки.
10. Властивості позначень: розрізняльна здатність, описовість, оманливість та загальноживаність.
11. Загальні особливості проведення дослідження на тотожність та схожість.
12. Дослідження різних засобів індивідуалізації на наявність тотожності або схожості настільки, що їх можна сплутати.
13. Особливості проведення досліджень словесних позначень.
14. Виявлення фонетичної (звукової) схожості словесних позначень.
15. Виявлення графічної (візуальної) схожості позначень.
16. Виявлення семантичної (змістовної) схожості позначень.
17. Визначення спорідненості товарів і послуг.

18. Особливості встановлення тотожності та схожості графічних та комбінованих позначень.
19. Особливості складання, подання і розгляду заявки на видачу свідоцтва України на торговельну марку.
20. Порядок одержання свідоцтва на торговельну марку.
21. Пріоритет попередньої заявки на торговельну марку.
22. Експертиза заявки на реєстрацію торговельної марки.
23. Реєстрація ТМ та видача Свідоцтва.
24. Міжнародна реєстрація торговельних марок.
25. Визнання торговельної марки добре відомою.
26. Особливості правової охорони добре відомих ТМ.
27. Аналіз обраної назви компанії, назви продукту або проекту логотипа на відповідність умовам надання правої охорони як торговельним маркам.
28. Створення відмітних елементів бренду із високою розрізняльною здатністю.
29. Права, що впливають із Свідоцтва на торговельну марку.
30. Обов'язки, що впливають із Свідоцтва на торговельну марку.
31. Особливості використання торговельних марок.
32. Передача прав на торговельні марки.
33. Припинення дії свідоцтва на торговельну марку.
34. Захист прав на торговельні марки.
35. Визнання Свідоцтва на торговельну марку недійсним.
36. Правова охорона комерційного (фірмового) найменування, як відмітного елементу бренду.
37. Порушення прав на комерційне (фірмове) найменування.
38. Види географічних зазначень.
39. Надання правої охорони географічним зазначенням.
40. Порядок реєстрації географічних зазначень.
41. Права і обов'язки, що впливають із реєстрації географічного зазначення.
42. Порушення прав на географічні зазначення.
43. Умови надання правової охорони промисловим зразкам.
44. Критерії охороноздатності промислового зразка.
45. Порядок реєстрації прав на промислові зразки.
46. Права і обов'язки суб'єктів прав на промислові зразки.
47. Використання промислового зразка.
48. Припинення державної реєстрації та визнання прав на промислові зразки недійсними.
49. Особливості використання та захисту прав на торговельні марки та промислові зразки.
50. Виникнення і здійснення авторських та суміжних прав на відмітні елементи бренду.
51. Особливості набуття правової охорони на об'єкти дизайну.
52. Співвідношення авторських прав та прав на ТМ.
53. Встановлення факту відтворення графічних творів у торговельних марках.
54. Випадки виникнення подвійної охорони на твори декоративно-ужиткового мистецтва.
55. Співвідношення авторських прав та прав на промислові зразки: точки перетину у спірних ситуаціях.
56. Правові підстави для створення та просування успішного бренду.
57. Розробка бренд-стратегії правої охорони відмітних елементів бренду.
58. Докази та доказування у бренд-спорах.

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено доцентом кафедри інтелектуальної власності та приватного права, к. с.-г н., с.н.с., судовим експертом, Наталією Валеріївною Кісіль.

Ухвалено кафедрою інтелектуальної власності та приватного права (протокол № 11 від 05.06.2024 року).

Погоджено Методичною комісією факультету соціології і права (протокол № 9 від 26.06.2024 року).