

Дата	21.10.2022г.	Группа ТЭК 3/1
Дисциплина	ОП.01. Основы коммерческой деятельности	
Специальность	38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров	
Тема занятия	Разработка товарного знака	
Вид занятия	практическое	
Цели занятия: <i>Дидактическая:</i> <i>Развивающая:</i> <i>Воспитательная:</i>	- углубить и расширить знания и представления студентов по теме; - развивать творческий потенциал студентов; -развивать внимание, дисциплинированность, активность, коммуникабельность и умение работать в коллективе; - формировать интерес к выбранной профессии; -прививать чувство ответственности, бережливости, добросовестного отношения к своим обязанностям.	

Основная литература

1. Бунеева, Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление [Текст]: учебник / Р.И. Бунеева. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 365с.
2. Барышев, А.Ф. Маркетинг [Текст]: учебник / А.Ф. Барышев. – 2-е изд., стер. – М.: издательский центр «Академия», 2003. – 208с.
3. Гражданский кодекс РФ с изменениями и дополнениями. – М., 2004.
4. Каплина, С.А. Организация коммерческой деятельности [Текст]: учебное пособие для студентов средних специальных учебных заведений / С.А. Каплина - Ростов н/Д: Феникс, 2002. – 415с.

Дополнительная литература

1. Кругляков, Г.Н. Товароведение продовольственных товаров [Текст]: учебник / Г.Н.Кругляков, Г.В. Круглякова – Ростов н/Д: издательский центр «МарТ», 2000. – 448с.
2. Понкратов, Ф.Г. Практикум по коммерческой деятельности [Текст]: учебное пособие / Ф.Г. Понкратов и др. – М.: информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000. – 248с.

Интернет источники

<https://www.kom-dir.ru/article/2562-tovarnye-zapasy>

Домашнее задание:

1.Выполнить и записать практическую работу в тетрадях для практических работ
Обязательно в конце выполненных заданий писать Ф.И.О. и группу, ставить подпись и дату отправки.
Сделать фото или скрин конспекта и прислать на электронную почту: lilya_polyakova_65@mail.ru

Инструкционная карта

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ

Тема: Разработка товарного знака

Цель: закрепление теоретических знаний и приобретения практических навыков по разработке, оформлению товарных знаков

Оборудование: Приложение А

Ход работы

Задание 1.В таблице 1 приведены данные по товарам и услугам, на которые нужно разработать товарный знак.

Вариант	Товар или услуга	Вариант	Товар или услуга
1	Производство легковых автомобилей	6	Производство мучных кондитерских изделий
2	Ремонт телевизоров	7	Производство современных газовых плит
3	Пошив одежды для детей	8	Продажа изделий из стекла
4	Салон красоты	9	Ремонт обуви
5	Продажа продовольственных	10	Продажа непродовольственных

	товаров		товаров
--	---------	--	---------

На основании задания, приведенного в таблице нужно:

1 Определить вид товара или услуги, для которых нужно разработать товарный знак.

2 Выбрать способ разработки товарного знака.

3 Разработать товарный знак и нарисовать его.

4 Сделать описание товарного знака.

5 Разработать мероприятия, с помощью которых планируется создать данный товар. При разработке товарного знака следует обратить внимание на позиционирование товара на рынке и выбор целевой аудитории. Нужно сформулировать слоган, с помощью которого будет рекламироваться товар; разработать рекламные мероприятия и программы продвижения товара на рынок и т.

6 Сделать выводы.

Вывод:

Преподаватель

Л.С.Полякова

Приложение А

Торговая марка - наиболее точный перевод английского "trademark" - общепринятый мировой термин, в украинское законодательство впервые введен в 2003 году с принятием Гражданского кодекса Украины. Кодекс дает следующее определение: «торговая марка - любое обозначение или любая комбинация обозначений, пригодные для выделения товаров (услуг), производимых (предоставляемых) одним лицом, от товаров (услуг), производимых (предоставляемых) другими лицами».

Товарный знак - срок российского законодательства, употребляется наряду с термином «знак обслуживания». Их определение содержится в Законе РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»: «товарный знак и знак обслуживания - обозначения, служащие для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг юридических или физических лиц». В Украине термин товарный знак не имеет нормативно-правового определения, но находится в широком употреблении аналогично российскому.

Знак для товаров и услуг - определение украинского законодательства, введено в 1993 году Законом Украины «Об охране прав на знаки для товаров и услуг», действующий до сих пор с многочисленными изменениями. Данный закон определяет, что «знак для товаров и услуг - обозначение, по которому товары и услуги одних лиц отличаются от товаров и услуг других лиц». Таким образом, все вышеперечисленные термины определяют тот же объект правовой охраны и очень близки синонимами. Поэтому, на наш взгляд, все три термина могут находиться в употреблении и при этом полноценно заменять друг друга.

Срок действия правовой охраны: 10 лет с возможностью последующего продления каждые 10 лет. Права начинают действовать с даты подачи заявки.

Объем исключительных прав владельца определяется изображением знака и перечнем классов товаров и услуг, указанных в заявке.

Предупредительная маркировка:

™ - «trade mark» (англ. «Торговая марка») - используется после подачи заявки на регистрацию и до получения свидетельства. Этот символ предупреждает о том, что знак проходит процедуру регистрации.

® - «registered» (англ. «Зарегистрирован») - ставится после получения свидетельства на знак и подтверждает, что его владельцу принадлежат все исключительные права. Согласно Закону Украины "Об авторском праве и смежных правах" от 23 декабря 1993 данное обозначение может быть обжаловано в судебном порядке.

© - "копирайт" - это значит, что данное обозначение зарегистрировано Государственным департаментом интеллектуальной собственности. Согласно Закону Украины "Об авторском праве и смежных правах" от 23 декабря 1993 данное обозначение может быть обжаловано в судебном порядке.

Права владельца зарегистрированного знака:

- 1) право на использование торговой марки по своему усмотрению;
- 2) исключительное право разрешать использование торговой марки;
- 3) исключительное право препятствовать неправомерному использованию торговой марки, в том числе запрещать такое использование;
- 4) другие права интеллектуальной собственности, установленные законом.

При этом, использованием знака признается:

- нанесение его на любой товар, для которого знак зарегистрирован, упаковку, в которой содержится такой товар, вывеску, связанную с ним, этикетку, нашивку, бирку или другой прикрепленный к товару предмет, хранение такого товара с указанным нанесением знака с целью предложения для продажи, предложение его для продажи, импорт (ввоз) и экспорт (вывоз);
- применение его во время предложения и предоставления любой услуги, для которой знак зарегистрирован;
- применения его в деловой документации или в рекламе и в сети Интернет, в том числе в доменных именах.

Знак признается использованным, если он применен в форме зарегистрированного знака, а также в форме, отличающейся от зарегистрированного знака лишь отдельными элементами, если это не меняет в целом отличительность знака.

Виды торговых марок Законом «Об охране прав на знаки для товаров и услуг» определяет, что объектом знака могут быть словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации, выполненные в любом цвете и комбинации. Кроме основных вышеназванных видов иногда встречаются еще и цветовые, вкусовые, звуковые знаки.

В качестве знака может регистрироваться:

- наименование фирмы



- знак фирмы



- фирменный слоган



- фирменный герой



- знак для товара



- знак для услуги



- этикетка товара



- упаковка товара



- емкость для товара



Многие фирмы используют в качестве товарного знака рисунок, в котором используются определенные символы. Выбор символа базируется на интуиции разработчика, обуславливается свойствами изделия, традициями населения, местности и т.

Практика показывает, что наиболее распространенными в товарных знаках есть символы, которые легко "воспринимаются" потребителями. Это такие символы как солнце, корона, звезда, женская фигура, лев и другие.

Так, солнце в подсознании людей остается символом бога и чистоты. Специалисты рекомендуют использовать его тем фирмам, которые занимаются торговлей или оказывают услуги. Размещение такого

символа на продукции будет способствовать стимулированию ее сбыта. Поскольку солнце едва ли не самым популярным символом, то изображать его на товарном знаке желательно в сочетании с другими элементами.

Звезда как символ используется как элемент государственной или военной символики.

Женская фигура символизирует красоту, изящество, надежду. Целесообразно использовать в товарных знаках фирм, производящих духи, женское белье, украшения и тому подобное.

Корона указывает на ореол величия и определенной таинственности. Корона символизирует солидность, надежность, порядочность фирмы и ее продукции. Применяется в товарных знаках практически во всех отраслях производства.

Лев символизирует властность, силу, внушает уважение. Формирует у потребителей впечатление о предприятии, которое выпускает данную продукцию, как сильного, стабильного, уважаемого, делового партнера.

К выбору символов нужно относиться с осторожностью. В случае чрезмерного распространения символы могут превратиться из индивидуального фактора идентификации товара на общеупотребительный.

Разработка товарного знака начинается с выбора способа создания этого знака.

Есть три основных способа создания товарного знака:

- когда товарный знак должен нести прямую информацию о данном товаре;
- когда товарный знак должен нести опосредованную информацию о данном товаре;
- когда товарный знак вообще не должен нести информацию о данном товаре.

Если принято решение о том, что товарный знак должен нести прямую информацию о товаре, то следует решить, с помощью которых символов можно передать эту информацию. При этом, чтобы новые товарные знаки имели только им присущие различия, необходимо уже на начальном этапе найти ответ на два основных вопроса:

- какую именно информацию о своих изделиях предприятие стремится передать с помощью знака?
- какую информацию об этом изделии хотели бы получить покупатели?

если принято решение, что товарный знак не должен нести никакой информации о товаре, то его можно составить двумя методами:

- как реально существующие слова или выражения;
- как искусственно созданные или придуманные слова.

Преимущества регистрации торговой марки:

Государственная регистрация знака не является обязательной процедурой, то есть если знак не зарегистрирован, то это не значит, что его владелец не имеет право его использовать. Однако, зарегистрировав знак и получив охранный документ (свидетельство), владелец получает ряд неоспоримых преимуществ и прав.

1. Искл​юч​итель​ное пра​во ис​поль​зо​ва​ния. Ре​гис​тра​ция зна​ка де​ла​ет его вла​дель​ца об​ла​да​те​лем ис​клю​чи​тель​ных пра​в на его ис​поль​зо​ва​ние, то ес​ть лю​бое ис​поль​зо​ва​ние это​го зна​ка без раз​ре​ше​ния вла​дель​ца яв​ля​ет​ся не​за​кон​ным и влечет от​вет​ст​вен​ность в со​от​вет​ст​вии с за​ко​но​да​тель​ст​вом Ук​раи​ны

2. Эф​фе​к​тив​ное вло​же​ние сред​ств. Знак для то​варов и ус​луг, как и дру​гие ви​ды соб​ст​вен​но​сти, име​ет свою сто​имос​ть, ко​торая мо​жет су​щес​твенно воз​рас​ти с те​че​ни​ем вре​мени. Из​вест​ны слу​чаи, ко​гда сто​имос​ть зна​ка дос​ти​га​ет та​ких ве​личин, что ста​но​вит​ся до​ро​же все ма​тери​аль​ные ак​ти​вы пред​при​ятия.

3. Об​ъект для про​да​жи или пре​дос​тав​ле​ния во вре​мен​ное поль​зо​ва​ние. Знак для то​варов и ус​луг мо​жет быть пред​метом про​да​жи, а та​кже пре​дос​тав​ле​ние во вре​мен​ное поль​зо​ва​ние. На ос​но​ва​нии за​клю​че​ния до​гово​ров о пе​ре​да​че пра​в или о вы​да​че ли​цен​зии на ис​поль​зо​ва​ние вла​делец ис​клю​чи​тель​ных пра​в мо​жет по​лу​чить су​щес​твен​ную ма​тери​аль​ную вы​году, да​же не ис​поль​зуя знак са​мос​то​ятельно.

4. До​мен в зо​не UA. С це​лью пре​дот​вра​ще​ния не​пра​во​моч​но​го ис​поль​зо​ва​ния чу​жих зна​ков в си​сте​ме Ин​тернет в Ук​раи​не бы​ли вве​де​ны «Правила до​мена».UA». Со​гласно этим пра​вилам, по​лу​чить до​мен в зо​не UA мо​гут толь​ко вла​дель​цы ре​гис​три​ро​ван​но​го зна​ка для то​варов и ус​луг.

5. Не​ма​тери​аль​ный ак​тив для ус​тав​но​го фон​да или ба​ланса пред​при​ятия. Со​гласно 8 (вос​ьмо​му) стан​дарта бух​галтер​ско​го уче​та, пра​ва на знак для то​варов и ус​луг за​несены к не​ма​тери​аль​ным ак​ти​вам. Со​от​вет​ст​венно, сто​имос​ть зна​ка мо​жет быть по​ста​в​ле​на на ба​ланс пред​при​ятия или в​несена как иму​ще​ство в ус​тав​ный фонд при соз​да​нии фир​мы.

Ис​поль​зо​ва​ние в ка​чес​тве сло​вес​но​го то​вар​но​го зна​ка соб​ст​вен​но​го пред​при​ятия вклю​ча​ет в се​бя и оп​ре​де​лен​ную опас​ность. Эта опас​ность за​клю​ча​ет​ся в том, что со вре​менем на​зва​ние пред​при​ятия вос​при​ни​ма​ет​ся по​тре​би​те​лями уже как на​зва​ние оп​ре​де​лен​но​го то​вара или ус​луги. При​мером это​го яв​ля​ет​ся ис​то​рия фир​мы "XEROX". Будучи од​ним из ли​деров в про​из​вод​стве ко​пи​ро​валь​но-мно​жи​тель​ной тех​ники, эта фир​ма дос​ти​гла то​го, что ее на​зва​ние ста​ло ас​со​ции​ро​вать​ся не со сво​ей про​дук​цией, а с ко​пи​ро​валь​ной тех​ни​кой во​обще. Сей​час ши​ро​ко ис​поль​зуются вы​ра​же​ния "сде​лать ксе​ро​ко​пию", "от​ксе​ри​ть" и дру​гие. Та​ким об​ра​зом, на​зва​ние фир​мы ни​ве​ли​ро​ва​лась, а сред​ства, ко​торы​е тратят​ся на

рекламу продукции с маркой "XEROX", стимулируют желание покупать копировально-множительную технику вообще.