



Как да създадете, защитите и управлявате своите Права на интелектуална собственост (ПИС)

Програма за обучение Предприемачество за фрийлансъри и стартъпи в КТИ

Смесен модул за обучение 6: **Как да създадете, защитите и управлявате своите Права на интелектуална собственост (ПИС)**



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Подкрепата от страна на Европейската комисия за производството на тази публикация не представлява одобрение на съдържанието, което отразява само възгледите на авторите и Комисията не може да носи отговорност за каквото и да е използване на съдържанието в нея информация. Номер на проекта: 2018-1-DE02-KA202-005232

Автори: Francois Morin, Alanam; Wolfgang Kniejski, INI-Novation GmbH

Декларация за авторски права

Creative Commons Attribution-Non-Commercial-Share-Alike 4.0 International License.

Свободни сте да:

- Споделяте — копиране и разпространение на материала във всякакъв носител или формат
- Адаптирате — ремиксирайте, трансформирайте и надграждате върху материала при следните условия:
 - Признание — Трябва да дадете подходящ кредит, да предоставите връзка към лиценза и да посочите дали са направени промени. Можете да го направите по всякакъв приемлив начин, но не и по начин, който предполага, че лицензодателят одобрява вас или вашата употреба.
 - Некомерсиалност — Не можете да използвате материала за комерсиални цели.
- Споделяне по същия начин — Ако ремиксирате, трансформирате или надграждате върху материала, трябва да разпространявате своя принос под същия лиценз като оригинала.

Забележка

Обучителната програма на CreatINNES е разработена като смесена програма за обучение, съчетаваща електронно обучение (самостоятелно учене, разчитащо на онлайн учебни ресурси) и дейности лице в лице в учебна стая, водени от квалифициран обучаващ.

Разделите в този модул са предназначени да предоставят на обучаемите най-важната информация относно предмета на модула, в съответствие с констатациите от анализите, проведени в рамките на Интелектуална продукция 1 от проекта CreatINNES.

Предоставеното учебно съдържание е предназначено да послужи за независимо обучение и не претендира да обхваща всички възможни аспекти и съответни проблеми, отнасящи се за разглежданата тема.

Потребителите са единствените отговорни да гарантират, че разполагат с достатъчен и съвместим хардуер, софтуер, телекомуникационно оборудване и интернет услуги, необходими за използването на онлайн кампуса и модулите.

Съдържание	
Описание на обучението	4
Цели на този модул на обучение	4
Целеви групи	4
Компетенции и умения след завършване на този модул	4
Метод на обучение	5
Съдържание на обучението	6
Раздел 1 – Основите на ИС и ПИС.....	6
Раздел 2 – Защита на ИС и създаване на стойност	22
Раздел 3 – Управление на ИС и комерсиализация.....	29
Упражнения	25
Упражнение 1 Успешно управление на ИС	34
Упражнение 2 Разпознаваемост на ИС	34
Упражнение 3 Лицензионно споразумение	34

Описание на обучението

Правата на интелектуална собственост (ПИС) и управлението на интелектуалната собственост (ИС) са ключови за подобряване на конкурентоспособността на всяка компания. За съжаление на малките и средните предприятия (МСП) и заинтересованите страни от творческите индустрии често им липсва време, ресурси или знания за справяне с въпросите на ИС.

Този модул за обучение има за цел да даде отговори на някои от основните проблеми с ИС, с които често се сблъскваме. Той е разработен на базата на опита, придобит от обширното развитие на бизнес и експертните знания при подкрепата на стартапи. Освен това се позовава на няколко справочни документа, които са изброени в този модул за допълнителна информация.

Всеки раздел от този модул е посветен на една тема за управление на ИС, обхващаща съществени аспекти около регулирането по отношение на различните видове ИС в Европа. Този модул обаче може да предостави единствено основна информация за ПИС и управлението на ИС, не може да се твърди, че е изчерпателен. Предоставя се като услуга за малки и средни предприятия (МСП) и заинтересовани страни от творческите индустрии.

Цели на този модул на обучение

Този модул има за цел да помогне на стартапи и предприемачи да разберат основите на правата на интелектуална собственост. Трябва да имате (или сте били обучени да имате) знания по различни теми, свързани с управлението на ИС:

- Да знаете какви видове ИС съществуват и какво трябва да направите, за да създадете ИС
- Да разберете съответният аспект на управление на различните видове ИС
- Да научите как можете да създадете стойност от ИС и да я комерсиализирате.

Целеви групи

Този модул за обучение е проектиран така, че да отговаря на нуждите от обучение на следните заинтересовани страни:

- Членове и заинтересовани страни, които действат в туристическия сектор и финтех индустрията.
- Фрийлансъри в КТИ.
- Стартапи в КТИ.
- Предприемачи, които искат да използват креативност в техните маркетингови и разпространителни дейности.
- Регионални организации и институции.

Компетенции и умения след завършване на този модул

След изучаване на този модул,

- ще имате по-добро разбиране, защо ИС и управлението на ИС е важно за бизнеса;
- ще разберете различните видове ИС и тяхната стойност за вашата организация;
- ще научите защо ИС може да бъде важна за изграждане и как да го направите
- ще разберете защо ИС е важен двигател за разширяване на вашия бизнес.

Метод на обучение

Философията на обучение **CreatINNES** популяризира уникален ангажиращ метод на обучение, който са базира на следните аспекти:

- Обучителни сесии на кратки интервали, които включват много добре структурирано учебно съдържание;
- Задълбочено усещане за участие и сливане на действие и осъзнаване;
- Усещане на контрол и справяне със задачата, която ще откриете на края на модула;
- Удоволствие и провокиране на допълнителен интерес.

CreatINNES все фокусира върху интерактивния обучителен подход:

- Модулите като обучителен материал за самостоятелно;
- Използване на интерактивната онлайн платформа на CreatINNES за обучение: moodle.creatinnes.eu за улеснени тренировъчни сесии в група с професионален обучаващ.

За разлика от преподавателите в класната стая, които предоставят на техните ученици насоки и някои допълнителни указания, вие трябва да поемете отговорностите за управлението на времето и за контрола на вашия учебен напредък.

Съдържание на обучението

Раздел 1 – Основите на ИС и ПИС



Изображение 1.

Източник: *European IPR Helpdesk, European Union, 2017*

Тагове:

IP, IPR, WIPO, patents, trademarks, industrial designs, utility models, service marks, trade names, databases, domain names and geographical indications, IP registration

Раздел 1 – Въведение

Основната цел на закона за интелектуалната собственост е да насърчи създаването на голямо разнообразие от интелектуални активи. За да се постигне това, законът предоставя на хората и бизнеса права на собственост върху информацията и интелектуалните блага, които те създават, обикновено за ограничен период от време. Това дава икономически стимул за тяхното създаване, защото позволява на хората да се възползват от информацията и интелектуалните активи, които създават. Очаква се тези икономически стимули да насърчат иновациите и да допринесат за технологичния прогрес на страните, което зависи от степента на защита, предоставена на иноваторите. В рамките на този раздел ще разберете, че има много видове интелектуална собственост. Най-известните видове патенти са търговски марки, авторски права и търговски тайни. Ще разберете как те могат да бъдат разграничени и използвани.



Какво е ИС?

Доскоро целта на законите за интелектуална собственост беше да се осигури възможно най-малко защита, за да се насърчат иновациите. Следователно от историческа гледна точка те са били предоставяни само когато са били необходими, за да се насърчи изобретението, ограничено по време и обхват. Това е главно в резултат на това, че знанията традиционно се разглеждат като обществено благо, за да се позволи тяхното широко разпространение и подобряване..

Според Жан-Фредерик Морен, *"глобалният режим на интелектуална собственост в момента е в разгара на промяна на парадигмата"*. Всъщност до началото на 2000-те години глобалният режим на интелектуална собственост е доминиран от високи стандарти за защита, характерни за законите за интелектуална собственост на Европа или САЩ, с визия за еднаквото прилагане на тези стандарти във всяка държава и в няколко области с малко внимание върху социални, културни или екологични ценности или на национално ниво на икономическо развитие.

Нематериалната природа на интелектуалната собственост представлява трудност в сравнение с традиционната собственост като земя или стоки. За разлика от традиционната собственост, интелектуалната собственост е „неделима“ - неограничен брой хора могат да „консумират“ интелектуална стока, без тя да бъде изчерпана. Освен това инвестициите в интелектуални активи са оцетени от проблеми с присвояването - собственикът на земя може да обгради земята си със здрава ограда и да наеме въоръжени пазачи, които да я защитават, но производителят на информация или интелектуална стока обикновено може да направи много малко, за да спре първия си купувач от копиране и продажба на по-ниска цена. Балансирането на правата, така че те да са достатъчно силни, за да насърчат създаването на интелектуални активи, но не толкова силно, че да възпрепятстват широкото използване на активите, е основният фокус на съвременното право на интелектуалната собственост.

Правата на интелектуална собственост включват патенти, авторски права, права върху промишлен дизайн, търговски марки, права върху сортовете растения, търговски облекла, географски указания и в някои юрисдикции търговски тайни. Съществуват и по-специализирани или производни разновидности на изключителни права *sui generis*, като права за проектиране на вериги и сертификати за допълнителна защита за фармацевтични продукти (след изтичане на патента, който ги защитава) и права върху база данни (в европейското законодателство).

Видове ПИС:

Понятието "индустриална собственост" понякога се използва за означаване на голяма част от правата на интелектуална собственост, включително патенти, търговски марки, индустриални дизайни, полезни модели, марки за услуги, търговски имена, бази данни, имена на домейни и географски указания. Всички те са описани накратко по-долу.

1. Търговски марки

Какво е търговска марка?

Търговската марка е изключително право върху използването на знак по отношение на стоките и услугите, за които е регистрирана. Търговските марки се състоят от знаци, способни да различават продуктите (стоки или услуги) на

търговец от тези на други. Такива знаци включват: думи, имена, логотипи, букви, цифри, цветове, форма / опаковка на стоки и звуци.

Основната функция на търговската марка е да идентифицира търговския произход на продукта. Освен това търговските марки предават съобщение за качеството на продукта, като по този начин улесняват избора на потребителите. В допълнение, те се използват за рекламни цели и могат да функционират като инвестиционен инструмент (напр. могат да бъдат възложени, лицензирани и т.н.).

Какви са пътищата за регистрация на търговска марка?

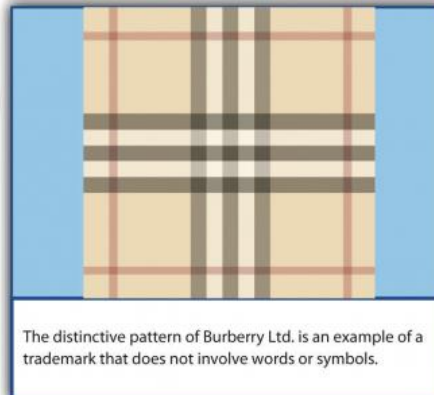
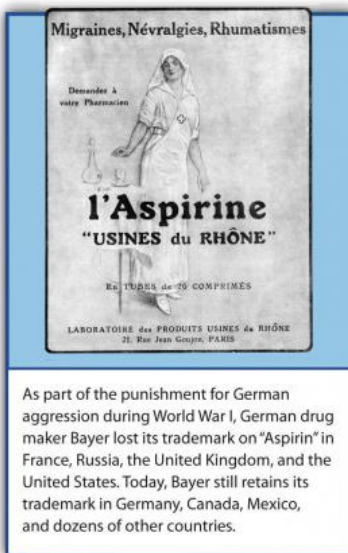
Регистрацията на търговска марка може да се извърши на три различни нива: национално, регионално и международно. Най-добрият вариант обикновено зависи от целевите пазари на кандидата, бизнес и финансови възможности, както и търговските очаквания.

Какъв тип защита предоставят търговските марки?

Исключителното право, предоставено от търговска марка, позволява на нейния собственик да попречи на други да използват същите или подобни знаци за идентични или свързани стоки и / или услуги като тези, защитени от търговската марка в хода на търговията, без предварително разрешение на собственика. Собственикът на търговската марка може да продаде своята търговска марка на някой друг, който след това ще стане новият собственик на търговската марка, или да даде разрешение на други да използват марката при взаимно договорени условия (т.е. споразумение за лицензиране на търговска марка).

Разбиране на търговски марки чрез примери

An organization's trademarks consist of phrases, pictures, names, or symbols that are closely associated with the organization. Some examples and key issues surrounding trademarks are illustrated below.



Source: Illustration from the web version of the *Mastering Strategic Management – 1st Canadian Edition*. <https://opentextbc.ca/strategicmanagement/back-matter/versioning-history/>

2. Индустириален дизайн

Какво е индустириален дизайн?

Индустириален дизайн е външният външен вид на целия или част от продукта, произтичащ от характеристиките на, по-специално линии, контури, цветове, форма, текстура и / или материали на самия продукт и / или неговата орнаментика.

Какви са пътищата за защита на дизайн?

Дизайните могат да бъдат защитени по различни начини: чрез система за регистрация, чрез система за нерегистриране и чрез авторски права. Регистрацията може да бъде получена на три различни нива: национално, регионално и международно. Най-добрият маршрут обикновено зависи от пазарите, в които кандидатът възнамерява да участва. Маршрутът за дизайн предоставя на притежателя му изключителното право да използва този дизайн и

да попречи на трети страни да го използват в търговската мрежа без предварително съгласие.

Какъв вид защита предоставят индустриалните дизайни?

Индустриалният дизайн предпазва само от умишлено копиране, с други думи, собственикът на дизайна може да попречи на трети страни да използват търговски техния дизайн само ако той е бил копиран, а не ако такива трети страни са създали независимо подобен или идентичен дизайн. Собствениците на дизайни, включително тези на индустриален дизайн, могат да продадат своя дизайн на някой друг, който след това ще стане новият собственик на дизайна или да даде разрешение на други да използват дизайна при взаимно договорени условия (т.е. споразумение за лицензиране на дизайн).

3. Патенти

Какво е патент?

Патентът е изключителното право, предоставено за защита на изобретения (продукти или процеси), предлагащи ново техническо решение или улесняващи нов начин за правене на нещо. Притежателят на патента се ползва с изключителното право да предотврати търговските експлоатации на изобретението си за ограничен период от време. В замяна притежателят на патента трябва да разкрие изобретението си на обществеността в заявката за патент.

Какви са пътищата за защита на патент?

Регистрацията на патенти може да се извърши на три различни нива: национално, регионално и международно (чрез системата на Договора за патентно коопериране (*от англ. Patent Cooperation Treaty, PCT*)). Най-добрият маршрут обикновено зависи от териториите, където дадена компания възнамерява да използва патента.

Какъв вид защита предоставят патентите?

Изключителното право, предоставено от патент, позволява на собственика му да попречи на други да правят, използват, предлагат за продажба, продават или внасят продукт или процес, базиран на патентованото изобретение, без предварителното разрешение на собственика. Собственикът на патента може да даде разрешение на други да използват изобретението при взаимно договорени условия (т.е. споразумение за лицензиране на патент). Собственикът може също да продаде патента на някой друг, който след това ще стане новият собственик на патента.

Какво е единен патент?

Европейски патент с унитарен ефект (единен патент) е европейски патент, издаден от Европейски патентен офис (*от англ. European Patent Office, EPO*), на който се дава единен ефект на територията на 26 участващи държави-членки на ЕС (*Испания и Хърватия са единствените държави-членки на ЕС, които не участват в тази схема*) след предоставяне, по искане на патентоприетеля. Въпреки че все още не е в сила, когато се създава това ръководство, унитарният

патент ще предостави на кандидатите средства за получаване на патентни права във всяка от 26-те участващи държави едновременно, без да е необходимо национално валидиране във всяка държава, както е в случая с Европейски патент.

След като единният режим влезе в сила, заявителите на патенти ще могат да избират между различни комбинации от класически европейски патенти и унитарни патенти, например:

- единен патент за 26-те държави-членки на Европейския съюз, които участват в схемата на единния патент заедно с
- класически европейски патент, който влиза в сила в една или повече договарящи държави по ЕПК, които не участват в схемата, като Испания, Швейцария, Турция, Норвегия, Исландия и др..

Мога ли да патентовам компютърна програма?

Патентоспособността на софтуера в Европа е изключена от закона, но въпросът се обсъжда. В резултат на това компютърна програма, заявена „като такава“, не е патентоспособно изобретение. При специфични условия може да бъде издаден патент за компютърно внедрено изобретение, при което технически проблем се решава по нов и неочевиден начин.

Компютърните програми могат да получат защита на авторските права в Европа, стига да отговарят на изискванията за защита на авторските права.

Разбиране на патенти чрез примери


Patents protect inventions from direct imitation for a limited period of time. Some examples and key issues surrounding patents are illustrated below.



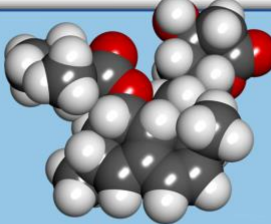
To earn a patent from the Canadian Intellectual Property Office, an inventor must demonstrate that an invention is new, nonobvious and useful.



As several different inventors raced to create a workable system for voice transmission over wires, Alexander Graham Bell was awarded a patent for the telephone in 1876.



Leonardo DaVinci excelled in every field (painting, sculpture, you name it), but rarely was his talent recognized. As the inventor of an early airplane, machine gun and armored tank, he was centuries ahead of his time.



In 2013, the Canadian Federal Court ruled that Merck was entitled to over \$119 million in damages, plus interest, for Apotex's infringement of Merck's patent for the anti-cholesterol drug lovastatin. This judgement was the largest patent infringement award in Canadian history.



Източник: Illustration from the web version of the Mastering Strategic Management – 1st Canadian Edition. <https://opentextbc.ca/strategicmanagement/back-matter/versioning-history/>

4. Полезни модели

Какво е полезен модел?

Наричан още „дребен патент“, полезният модел е изключително право, предоставено за изобретение, което позволява на неговия собственик да предотврати търговците да използват защитеното изобретение, без тяхно разрешение, за ограничен период от време.

Какви са пътищата за защита на полезен модел?

В ЕС полезните модели могат да се предоставят на национално ниво в следните държави: Австрия, България, Чехия, Естония, Финландия, Франция, Германия, Гърция, Ирландия, Италия, Полша, Португалия, Словакия и Испания. Няма европейска или международна защита на полезния модел.

Какъв вид защита предоставят полезните модели?

Изключителното право, предоставено от полезен модел, като цяло позволява на собственика му да попречи на другите да правят, използват, предлагат за продажба, продават или внасят продукт или процес, базиран на защитеното изобретение, без предварителното разрешение на собственика.

5. Търговски тайни

Какво е търговска тайна?

Всяка поверителна бизнес информация, предоставяща конкурентно предимство на предприятието, може да се счита за търговска тайна. Следователно видът информация, която може да бъде защитена като търговска тайна, е много разнообразен. Тя може да включва ноу-хау, технически знания (потенциално защитими като патент), но също така бизнес и търговски данни като списъци с клиенти, бизнес планове, рецепти или производствени процеси.

Как са защитени търговските тайни?

Търговските тайни не изискват административни или процедурни формалности, за да бъдат защитени. Съществуват обаче някои условия информацията да бъде разгледана и следователно защитена като търговска тайна.

Информацията трябва:

- да бъде тайна, което означава, че не е общоизвестна
- имат търговска стойност поради своята тайна и

- да бъде обект на разумни мерки от лицето, контролиращо информацията, за да я запазят в тайна.

Тези разумни мерки могат да включват:

- безопасно съхраняване на поверителна информация;
- сключване на споразумения за поверителност, в които търговските тайни трябва да бъдат обсъдени с бизнес партньори;
- включване на клаузи за поверителност в споразумения като лицензионни споразумения, трудови договори, консорциумни споразумения или споразумения за партньорство, когато обменът на поверителна информация е много вероятен и / или необходим.

Каква защита предоставя търговската тайна?

Търговските тайни не предоставят „права на собственост“, което означава, че притежателят на търговска тайна няма изключителни права върху информацията. Ако обаче информацията е извадена наяве от някой при задължението да я запази в поверителност, такова разкриване би представлявало нарушение на договора, позволяващ правни действия на притежателя на търговската тайна.

Освен това, ако дадено лице получи търговската тайна с нечестни средства (например в случай на шпионаж), повечето европейски държави и всички държави-членки на ЕС предлагат защита съгласно законите за нелоялна конкуренция.

Разбиране на търговските тайни чрез примери

Trade secrets are formulas, practices, and designs that are central to a firm's business and that remain unknown to competitors. Everyone loves a good mystery, so it is no surprise that legends have arisen around some trade secrets. Some examples and key issues surrounding trade secrets are illustrated below.



Pepsi-cola, KFC, Twinkies and Krispy Kreme all have secret recipes, and a certain mystique surrounds those products.



WD-40 was developed to repel water and prevent corrosion, but it was later found to have over two thousand uses. Creating WD-40 took a lot of work: the product's unusual name stands for "Water Displacement, 40th attempt." Despite being created in 1953, the formula for making WD-40 remains unknown outside the company that sells it.



In 2006, Pepsi was offered a chance to buy a stolen copy of Coca-Cola's secret recipe. An FBI sting was created and the thieves were arrested.



FarmVille creator Zynga alleged in a lawsuit that Disney had lured away Zynga employees to work for Disney and then urged the employees to turn over a secret "playbook" that described Zynga's strategy. The case was settled out of court in late 2010.



Why people love burning Sriracha hot sauce - spicy secret finally revealed. People who love the sauce may be masochists, experiencing pleasure from pain. Heat receptors in the mouth are triggered by the ingredients in Sriracha. The body reacts as it would to burning water, which may be the attraction to the sauce for some people.

Източник: Illustration from the web version of the Mastering Strategic Management – 1st Canadian Edition. <https://opentextbc.ca/strategicmanagement/back-matter/versioning-history/>

Авторско право

Какво е авторско право?

Авторско право (или копирайт) е терминът, използван за описание на правата, които създателите имат върху техните литературни, научни и художествени произведения. Няма изчерпателен списък, съдържащ произведенията, които могат да бъдат защитени с авторски права. Съществуват обаче редица произведения, които обикновено са предмет на авторско право на международно ниво:

- литературни произведения като романи, стихове, пиеси, статии във вестници;
- компютърни програми, бази данни;



- филми, музикални композиции и хореографии;
- художествени произведения като картини, рисунки, фотографии и скулптури;
- архитектура; и
- реклами, карти и технически чертежи.

Могат ли идеите да бъдат защитени с авторски права?

Идеите като такива не могат да получат защита на авторските права. Изразът на тези идеи е това, което може да бъде защитено с авторски права.

Как възниква авторското право?

Автоматична защита

В ЕС защитата на авторските права се получава автоматично от момента, в който произведението е създадено и не се изисква регистрация или друга формалност. Някои държави обаче позволяват доброволна регистрация / депозиране на произведения, защитени с авторски права. Следователно регистрацията не е съставомерна за правото, но може да бъде полезна в някои ситуации (например за разрешаване на спорове за собственост или създаване, за улесняване на финансови трансакции).

Известие за авторски права

Въпреки че не се изискват формалности за получаване на защита на авторските права, обичайната практика е да се прикачва съобщение за авторско право към произведението, като например споменаването „всички права запазени“ или символът © заедно с годината, в която произведението е създадено, за да се информират други за съществуването на авторски права и следователно да се намали вероятността от нарушение.

Какви са изискванията за получаване на защита на авторските права?

Въпреки че авторските права се регулират на национално ниво и следователно изискванията могат да варират в различните държави, за да отговаря на условията за защита на авторските права, произведението трябва като цяло:

Да бъдат оригинал:

Няма пълно уеднаквяване на европейско ниво в ЕС, нито на международно ниво по отношение на това, което трябва да се разбира под „оригинал“. Въпреки това, въз основа на съдебната практика на ЕС, може да се каже, че изискването за оригиналност е изпълнено, когато авторът изразява своята креативност, като прави свободен и творчески избор, в резултат на което произведението отразява неговата личност.




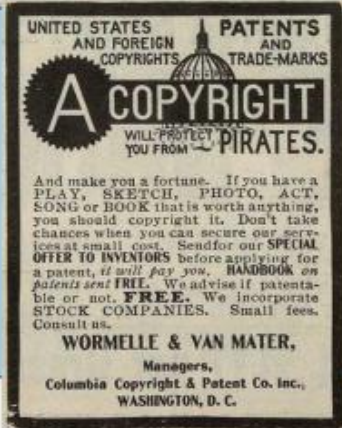

Да съществува под някаква форма:

Няма уеднаквяване на европейски ниво в ЕС по отношение на това дали произведението трябва да бъде фиксирано в материална форма, за да получи защита на авторските права. Държавите-членки трябва свободно да предписват,

че произведенията като цяло или определени категории произведения няма да бъдат защитени, освен ако не са фиксирани в някаква материална форма. Следователно нефиксирани произведения, като незаписани речи, могат да получат защита в някои страни, но не и в други.

Разбиране на авторски права чрез примери

The rights of creators of original artistic works such as books, movies, songs, and screenplays are protected by copyrights. Some examples and key issues surrounding copyrights are illustrated below.

		
<p>In China, millions of pirated DVDs are sold each year, and music piracy is estimated to account for at least 95 percent of music sales. In response, the Canadian government has pressed its Chinese counterpart to better enforce copyrights.</p>		<p>The presence of the copyright symbol tells consumers that they are not allowed to duplicate the product that carries the copyright.</p>
		
<p>Today's cheesy television ads aimed at inventors follow a long tradition of companies offering to help individuals copyright their ideas—for a small fee, of course.</p>	<p>A painting such as Johannes Vermeer's "Girl with a Pearl Earring" enters the public domain (i.e., is not subject to copyright) one hundred years after its creator's death.</p>	

Източник: Illustration from the web version of the *Mastering Strategic Management – 1st Canadian Edition*. <https://opentextbc.ca/strategicmanagement/back-matter/versioning-history/>

6. Бази данни

Какво е база данни?

В ЕС „база данни“ се състои от колекция от независими произведения, данни или други материали, подредени по систематичен или методичен начин и индивидуално достъпни по електронен или друг начин.

Какви са пътищата за защита на база данни?

Защита на авторско право

- Оригиначните бази данни могат да бъдат защитени с авторски права
- Базите данни с авторски права трябва да бъдат оригинални „интелектуални творения“
- Авторското право е най-високото ниво на защита, което може да бъде получено от базите данни в ЕС
- Собственикът на базата данни е лицето, което я създава

Единствена по рода си (*sui generis*)защита

- Неоригинални бази данни - които не отговарят на изискванията за получаване на защита на авторските права - могат да бъдат защитени в ЕС чрез специфично право на база данни на ЕС, известно като право на база данни *sui generis*
- Базите данни *sui generis* не трябва да бъдат „интелектуално творение“, но те трябва да показват, че е имало „качествено или количествено значителна инвестиция или за получаване, проверка или представяне на съдържанието“ на базата данни
- Собственикът на база данни *sui generis* е лицето, което създава базата данни, тоест лицето, което поема инициативата за създаване на базата данни и поема свързаните инвестиционни рискове
- Някои примери за защитени неоригинални бази данни включват телефонни списъци или компилации от законодателство

Какви са изискванията за получаване на защита на база данни?

Авторско право

- За да получат защита на авторските права, базите данни трябва да бъдат оригинални интелектуални творения. В ЕС базите данни, които поради подбора или подредбата на тяхното съдържание представляват собственото интелектуално творение на автора, са защитени като такива с авторски права.
- Не се прилагат никакви други критерии за определяне на тяхната допустимост за защита на авторските права.

Единствено по рода си право

- За да се получи *sui generis* защита, се изисква значителна инвестиция в получаване, проверка и представяне на съдържанието на базата данни.
- Под значителна инвестиция се разбира финансова и / или професионална инвестиция, която може да се състои във вложение на финансови ресурси и време, усилия и енергия за получаване и събиране на съдържанието..

7. Имена на домейни

Какво е име на домейн?

Според СОИС (*от англ. World Intellectual Property Organization – WIPO*) „имената на домейни са удобни за човека форми на интернет адреси и често се използват за намиране на уеб сайтове“. Например името на домейна iprhelpdesk.eu се използва за намиране на уебсайта на европейската служба за помощ за интелектуална собственост на адрес <http://www.iprhelpdesk.eu>. Освен тази функция, имената на домейни служат и за идентифициране на компания или търговска марка в Интернет.

Какви са типовете имена на домейн?

Домейн от първо ниво (*от англ. Top Level Domain - TLD*): Той се намира след последната точка („.“), напр. iprhelpdesk.eu. Има два вида:

- общ домейн от първо ниво (gTLD): посочва сферата на дейност (напр. „.com“ за всякакви цели или „.biz“, ограничена до бизнеса); и
- домейн от първо ниво за държави (ccTLD): посочва географския район, в който собственикът на домейна възнамерява да работи (напр. „.uk“ или „.fr“, съответно за Великобритания и Франция).

Домейн от второ ниво: Той се намира директно вляво от домейна на горното ниво (напр. iprhelpdesk.eu). Повечето спорове за имена на домейни касаят този тип домейни.

Домейн от трето ниво: Той се намира директно вляво от домейна на второ ниво (напр. helpline.iprhelpdesk.eu). Не всеки адрес има такъв тип домейн, известен също като поддомейн. Често се използва за идентифициране на отдели в големи организации.

Каква защита дават имената на домейни?

Имената на домейни имат международен характер. За разлика от търговските марки или дизайни, имената на домейни не са териториални, така че регистрацията им при който и да е акредитиран регистратор им предоставя защита по целия свят.

8. Географско означение

Какво е географско означение?

Географското указание (*от англ. geographical indication - GI*) е знак, използван върху продукти със специфичен географски произход и чиито качества и / или репутация се дължат на този произход. Географските означения често са имена на места. Негеографските имена обаче могат да бъдат защитени и ако са свързани с определено място. Например, сиренето фета не е кръстено на място, а на италианската дума „fetta“, което означава „парче“, която е включена в гръцкия език през 17 век. Въпреки това няколко фактора, като факта, че 85% от потреблението на фета сирене на глава от населението в ЕС се извършва в Гърция или фактът, че фета обикновено се предлага на пазара с етикети, отнасящи се до гръцките културни традиции и цивилизация, карат потребителите в ЕС да възприемат фетата като присъщо гръцки продукт.

За да функционира като географско указание:

- знакът трябва да идентифицира продукт с произход от дадено място (например Chianti, идентифициращ вино с произход от италианския регион Chianti или сирене Roquefort с произход от региона Roquefort-sur-Soulzon във Франция);
- качествата, характеристиките или репутацията на продукта трябва да се дължат на мястото на произход (напр. Качествата на Chianti се дължат на гроздето, отглеждано в почвата на този специфичен италиански регион, докато качествата на Roquefort са резултат от характеристиките на мляко, получено от местни породи овце, хранени според традицията и характеристиките на пещерите, в които сиренето отлежава).

Какъв тип продукти могат да бъдат защитени с географски означения?

Географските означения се използват за селскостопански продукти, храни, вина и спиртни напитки, занаяти и промишлени продукти. На ниво на ЕС обаче повечето неземеделски продукти или индустриални стоки (като текстил, дърво, керамика и др.) Не могат да бъдат защитени с географски указател. Въпреки това, някои държави-членки на ЕС (напр. България) осигуряват защитата на тези продукти като географски указатели на национално ниво.

Как са защитени географските указания?

Защита на географско указание се получава чрез придобиване на право върху името, което представлява индикацията (например Chianti). Въпреки че в много страни и на ниво ЕС това право върху име може да бъде придобито чрез регистрация на колективна търговска марка и / или сертификационна марка, може да се получи и специфично право, защитаващо географското указание.

Това право на географско указание може да бъде, в зависимост от държавата, защитено географско указание, наименование за произход или наименование за произход. Апелациите за произход (АО) и наименованията за произход (ДО) са специални видове географски указания, които обикновено означават по-силна връзка с мястото на произход (напр. Качеството и характеристиките на продукт, защитен като АО и ДО, обикновено трябва да са резултат изключително или по същество от географския му произход.

<i>IPR</i>	<i>What for?</i>	<i>Duration of protection</i>	<i>Priority</i>	<i>Routes to registration</i>
Trade marks	Distinctive signs	Renewable indefinitely for periods of 10 years	6 months	National EU trade mark (EU) Madrid System
Industrial designs	Appearance of products	RCD: renewable every 5 years up to 25 years UCD: 3 years, not renewable	6 months	National Community design (EU) Hague System
Patents	Inventions	20 years	12 months	National European Patent (EPC) PCT
Utility models	Inventions	7-10 years	12 months	National
Trade secrets	Confidential business information	Unlimited	No	None
Copyright	Literary, scientific and artistic works Neighbouring rights (media or related rights)	Moral rights: no time limit Economic rights: at least the author's lifetime + 50 years (in the EU, 70 years from the author's death) Neighbouring rights: at least 20 years from the end of the year in which the fixation was made or the performance / broadcast took place (in the EU, 50 years instead of 20 for phonograms and performances)	No	None
Databases	Collection of independent works, data or other materials arranged in a systematic or methodical way and individually accessible	Copyrighted databases: within the EU: life of the author + 70 years Sui generis databases: 15 years from the end of the year in which the making of the database was completed or in which the database was first made available to the public	No	Copyrighted databases: automatic <i>Sui generis</i> databases: EU right only
Domain names	Internet addresses	Renewable indefinitely for periods of a maximum of 10 years	No	Worldwide protection when registered at any accredited registrar
Geographical indications	Products having a specific geographical origin and whose qualities and/or reputation are attributable to that origin	Unlimited	No	National EU Lisbon System

Изображение 2.

Источник: European IPR Helpdesk, European Union, 2017

Препоръки за допълнително четиво

Програма за обучение „Креативно мислене за иновации“, комбиниран модул за обучение 5: „Техники за brainstorm и реклама“, Раздел 1 Как да намерим най-добрата идея?, от които ще разберете как да вложите правилното количество креативност в рекламните си кампании и как препоръчаният от нас подход може да окаже силно въздействие върху вашата рекламна стратегия и концепция.

Препратки за Раздел 1:

Goldstein, P. & Reese, R. (2008) 'Copyright, Patent, Trademark and Related State Doctrines: Cases and Materials on the Law of Intellectual Property (6th ed.)'. New York, Foundation Press

Morin, J.-F. (2014) 'Paradigm shift in the global IP regime: The agency of academics, Review of International Political Economy', vol 21-2, 2014, p.275ff

WIPO Intellectual Property Handbook (2008) 'Policy, Law and Use. Chapter 2: Fields of Intellectual Property Protection', WIPO

Раздел 2 – Защита на ИС и създаване на стойност



Изображение 1
Източник: c/o Pexels.com

Тагове:

Protect IP, patent filing, open source, outsourcing, team distribution, access control, joint ownership, NDA, exclusivity, licensing, value creation, litigation;

Раздел 2 - въведение

Когато искате да изградите стратегията за ИС на вашата организация и да я управлявате практично, струва си да обмислите различни методи за защита, стъпки и правила. Трябва също така да се уверите, че не нарушавате защитата и правата на другите. Когато предприемачите пускат на пазара продукт или услуга, най-добре е винаги да проверяват признатите общи правила. Следователно този раздел ще ви предостави някои научени уроци, постигайки готовност за създаване на стойност и за използване на вашето ПИС.


Разбиране на ИС чрез примери


Марката „Coca-Cola“ е търговска марка. Формулата за действителната напитка е търговска тайна, докато законът за авторското право защитава изкуството на опаковката. Както дизайнерският патент, така и търговската марка (т.е. търговска рокля) могат да защитят формата на бутилката Coca-Cola®.




0 Изображение: <https://thehustle.co/can-a-corporation-trademark-a-color/>

The term **intellectual property** refers to creations of the mind, such as inventions, artistic products, and symbols. Some forms of intellectual property are protected by law while others can best be defended by surrounding them in secrecy.

	<p>Patents protect inventions from direct imitation for a limited period of time. Within the pharmaceutical industry, patents protect the new drugs created by firms such as Merck and Pfizer for up to twenty years. If a new drug gains acceptance in the market, its patent creates a window of opportunity for the patent holder to enjoy excellent profits.</p>
---	--

<p>Trademarks are phrases, pictures, names, or symbols used to identify a particular organization. McDonald's golden arches, the phrase "Intel Inside," and the brand name Old Navy are examples of trademarks.</p>	
---	---

	<p>Copyrights provide exclusive rights to the creators of original artistic works such as books, movies, songs, and screenplays. Sometimes copyrights are sold and licensed. The late pop star Michael Jackson bought the rights to The Beatles' music catalog and later licensed songs to Target and other companies for use in television advertisements.</p>
---	---

<p>Trade secrets refer to formulas, practices, and designs that are central to a firm's business and that remain unknown to competitors. One famous example is the blend of eleven herbs and spices used in Kentucky Fried Chicken's original recipe chicken. KFC protects this secret by having multiple suppliers each produce a portion of the herb and spice blend; no one supplier knows the full recipe.</p>	
--	--

Источник: Illustration from the web version of the Mastering Strategic Management – 1st Canadian Edition. <https://opentextbc.ca/strategicmanagement/back-matter/versioning-history/>

Как да предпазите вашата ИС

След като сте в процес на създаване на нови идеи и постигане на нови изобретения, първоначалната ви мисъл може да бъде да уведомите света за тях. Макар че бихте помислили за добра идея гордо да изкрещите вашите постижения, може би ще искате да помислите предварително как да защитите най-добре онова, което сте работили толкова усилено.

Патентите и авторските права могат да ви предложат известна сигурност, но не винаги означават, че вашият дизайн е напълно защитен, тъй като копията със сигурност могат да се появят. Най-необичайният начин за защита на интелектуалната собственост е да не се подават патенти веднага. Подаването на патенти предоставя рецептата за това как може да се създаде продукт или услуга. След като една рецепта бъде публикувана, може да се създаде подобен продукт с решения, които да не нарушават правата на интелектуална собственост. Вторият метод е да се стандартизира идеята със асоциация за стандарти, така че другите да бъдат блокирани да създават такава идея.

Има обаче редица други опции, достъпни за вас, всяка със своите силни страни. По-долу ще намерите някои препоръки от натрупания практически опит, но все пак ефективни начини за защита на вашата интелектуална собственост:

Пазете го в тайни и извън видимост

Класически начини за защита на ИС често включват патентоване или авторско право на произведения и техники и стабилна защита в съда. Съвременните техники включват използване на системи за управление на цифрови права. Донякъде необичаен начин, който все още е ефективен, е просто да запазим нещата в тайна и да ограничим излагането на търговските тайни, които съставляват ИС, и да проектираме системата, за да ги скрием.

Бъдете ефикасни и бързи

Иновациите в технологичния сектор винаги ще са склонни към плагиатство. До известна степен това е, което движи еволюционните скокове на иновациите в такава бърза последователност. Наличието на непрекъснати иновационни цикли прави конкуренцията постоянно да ви настига. Това изисква вашата компания да работи ефикасно и бързо.

Отделни екипи

Няколко компании поддържат инженерните си екипи разделени географски, така че никой от тези екипи няма достъп до пълния продукт. За да подкопаят сигурността и неприкосновеността на новия продукт, няколко от тези екипи ще трябва да работят заедно, за да откраднат общия продукт. Следователно разделянето на задълженията е основна рецепта за информационна сигурност.

Пуснете го с отворен код

Може да ви се струва противоречиво, но един от най-добрите начини за изграждане на конкурентно предимство е да отворите вашата технология и да използвате широко общност от разработчици. По този начин вашата компания може да се съсредоточи върху добавената стойност на върха на технологичния стек, който остава запазена собственост, и може да изпълнява с бързина и гъвкавост.

Избягвайте съвместната собственост

Уверете се, че избягвате съвместната собственост върху интелектуалната собственост на всяка цена. На по-късен етап съвместната собственост създава проблеми, които могат да затруднят защитата, оцелявайки всички участващи страни.

Вземете съвпадащи домейни

Ако можете да го направите, един от най-добрите методи за защита на интелектуалната собственост за търговски марки (които всъщност притежавате) е име на домейн с точно съвпадение. В краткосрочен план може да ви струва повече; ползите в дългосрочен план обаче са ненадминати.

Силен контрол на достъпа

Съхранявайте чертежи, документации, прототипи, творения и всички идеи на сигурно място, защитено от системи за управление на самоличността и достъпа. Тъй като 81% от нарушенията се дължат на компрометирани идентификационни данни, от съществено значение е да се съхранява интелектуалната собственост в система, която използва адаптивно удостоверяване с анализ на риска или поне двуфакторно удостоверяване. Защита само чрез парола е остарял начин.

Прилагайте споразумения за поверителност

Свикнете да създавате добре написани споразумения за поверителност (NDA). В интернет ще намерите много безплатни примери, които можете да приложите според вашите нужди, изисквания и цели. Също така, разгледайте всички други споразумения, които използвате във вашия бизнес, за да сте сигурни, че покриват вашата интелектуална собственост. Те могат да включват трудови договори, лицензи и договори за продажба.

Публикувайте го обширно с приписване

Докато патентите изискват да бъдат „първите изобретени“ в Европа, съответно „първите регистрирани“ в САЩ в наши дни, друг често срещан начин да се гарантира, че вашата ИС се счита за ваша, е да я публикувате и да я разпространявате нашироко. По този начин трябва да се уверите, че името на вашата организация се приписва на мястото, където е споменато. Колкото повече ви виждат онлайн с вашата ИС, толкова по-голяма подкрепа имат вашите патенти.

Как да създадете стойност от ПИС?

Организацията може да избира между няколко модела, за да създаде стойност от интелектуалната собственост. В съвременния бизнес свят конкурентното предимство

на организацията може да зависи от това как тя създава стойност от интелектуалната си собственост. Бизнесът може да получи големи ползи от правата на интелектуална собственост, които са:

- **Ексклузивност:**

Това е основният модел за създаване на стойност от интелектуалната собственост. Това забранява на другите да използват технология на патент или търговска марка. Стойността, създадена по този модел, има по-високи пазарни продажби, печалба и по-голям пазарен дял. Този модел е известен също като упражняване на интелектуална собственост.

- **Лицензиране и кръстосано лицензиране:**

Лицензирането или прехвърлянето на права на интелектуална собственост е друг метод за създаване на стойност от ИС. Икономическата стойност на правото на интелектуална собственост се реализира чрез лицензиране, когато лицензополучателят изплаща лицензионни възнаграждения на лицензодателя. По този начин потокът от приходи може да бъде създаден чрез възнаграждения за продажби на всякакви продукти, които олицетворяват някое от правата на ИС. При този модел организацията може да се възползва от изграждането на вериги за създаване на стойност: при създаването на ИС чрез получаване на достъп до съоръжения за научноизследователска и развойна дейност, собственост на техните партньори, или - при експлоатацията на ИС - до канали за разпространение и търговски мрежи.

- **Съдебен спор:**

Икономическото предимство на съдебните спорове е приложимо най-вече само за патентите. Обхватът и изискванията за защита на различните права на интелектуална собственост се различават. Субект, който не практикува или лицензира патент, понякога може да получи стойност, като използва специалния правен статут на патентите. Напоследък някои притежатели на патенти (често наричани „патентни тролове“) използват патентите като актив в застрашен или реален иск за нарушение на патент. В този случай притежателят на патента не възнамерява да практикува патента, а търси стойност предимно чрез съдебни споразумения и присъдени от съда обезщетения.

- **Възпиране:**

Премахването на стойността е точно обратното на съдебната стойност. Тъй като съдебните спорове за нарушаване на патенти стават все по-чести, компаниите все по-често подават защитни патенти, за да послужат като възпиращо средство, показвайки, че това е тяхна територия и че съдебната спорна стойност би била висока за нарушителя.

- **Използване на интелектуална собственост като обезпечение:**

Както бе споменато по-горе, интелектуалните имоти се превръщат в активи на организациите в днешния бизнес свят. В резултат на това големите инвестиционни банки и компаниите с частен капитал се насочват към традиционното пространство за рисков капитал, търсейки обещаващи иновации от най-ранен етап и

изобретения за инвестиране в интелектуална собственост и интелектуални активи, с цел развитие и комерсиализация, дори преди стартиране. Аспектите на валоризацията на ИС са на фокус в следващия раздел 3 на този модул.

Препоръки за допълнително четиво:

Препратки:

1. Gargiulo, Michael, VPN.com
2. Graham, Keith, secureauth.com
3. <https://www.investopedia.com>

Раздел 3 – Управление на ИС и комерсиализация



Изображение 1.
Източник: EU Startups Newsletter 08.01.18

Тагове:

Protect IP management, commercialisation, valorisation, IP licensing, IP investments, infringements, IPR as marketing tool;

Раздел 3 – Въведение

Що се отнася до интелектуалната собственост (ИС), терминът „комерсиализация“ може да бъде конкретно дефиниран като процес на извеждане на ИС на пазара с оглед на бъдещите печалби и растежа на бизнеса. Тъй като успехът на този процес зависи от няколко вътрешни и външни фактора, като бизнес цели, тип ИС, както и икономически и интелектуални ресурси, не е лесна задача да се управлява комерсиализацията на ИС (понякога наричана също валоризация на ИС).

Този раздел е подготвен с цел да изясни проблемите на управлението на ИС с оглед на комерсиализирането на интелектуалната собственост. Освен това можете да се консултирате с европейското бюро за помощ за интелектуална собственост или с други справочни документи, изброени в края на всеки раздел за допълнителна информация.



Как да се валоризира от ПИС?

Стойността на интелектуалната собственост може да се увеличава безкрайно. Ако дадено дружество притежава дълготраен актив (сграда, машини и др.), стойността му е фиксирана. Дори е вероятно да се обезцени в бъдеще. Но една сграда изисква ремонт и поддръжка, а машините - обновяване. Интелектуалната собственост обаче защитава стойността в организацията и също допринася за нейното увеличаване.

Например стойността на търговските марки (която защитава марката) до голяма степен се определя от това колко добре се справя компанията. Няма външно ограничение за това колко висока може да стане, независимо от размера на компанията. Още по-добре, съгласно ISO стандарт 10668: 2010, регистрираните търговски марки не само защитават съществуващата стойност в марката, но и допринасят за нейното увеличаване.

Много аспекти на стойността на марката също могат да бъдат защитени и уловени чрез регистрация на дизайн. Например, за много потребители продуктивният дизайн е един от най-важните и разпознаваеми аспекти. Увереността, че е защитен от закона, увеличава стойността на бизнеса.

Патентите могат да имат съществена вътрешна стойност, която дори не зависи от представянето и възприятието на компанията или нейния продукт на пазара. Добрите изобретения, защитени със силни патенти, ще бъдат полезни (и следователно ценни) за някого.

В заключение, интелектуалната собственост представлява важен финансов и правен актив за компаниите, включително стартиращите компании. Често се изчислява, че интелектуалната собственост представлява повече от 80% от стойността на компанията. За инвеститорите компаниите със солидно портфолио от интелектуална собственост са привлекателни инвестиционни цели.

Що се отнася до решенията относно управлението и комерсиализацията на ИС, трябва да се има предвид, че интелектуалната собственост може да се използва по много различни начини. Лицензирането на ИС може да бъде от съществено значение за генерирането на приходи не само за големите компании; това може да бъде много печеливш бизнес модел и за стартапи, тъй като има много малко разходи. Лицензирането на патенти дори не изисква известна марка зад него, само за технологията (изобретението) да е добра и добре защитена. Портфолиото за интелектуална собственост може да се използва и като обезпечение за получаване на различни видове финансиране. В допълнение, тъй като ИС може да се комерсиализира или директно от собственика му, чрез възлагане или чрез изграждане на бизнес партньорства, изборът на най-подходящия инструмент често е предизвикателство, особено за малките и средните предприятия (МСП).

В обобщение, когато парите се инвестират в създаване и защита на интелектуалната собственост, има голяма вероятност тези инвестиции да бъдат възвърнати по много различни начини. Също така защитата на марката, иновациите и дизайна на продукта с права на интелектуална собственост на основните пазари създава основа за бързо и широко мащабиране на бизнеса - добра причина инвеститорите да обичат правата на интелектуална собственост.

Разрастване с ПИС

Както е очевидно от предишната глава, компания, която не защитава своите инвестиции (изграждане на марка, иновации), е трудна за възприемане на сериозно. Липсата на защита на интелектуалната собственост също поставя партньорите (препродавачи, дистрибутори и т.н.) в трудна позиция. Например дистрибуторът може да не е много мотивиран партньор, ако нарушаващите се продукти се продават на начални цени и нищо не може да се направи, за да се предотврати това. Така че, като защитават интелектуалната собственост, компаниите също защитават интересите на своите бизнес партньори и по този начин привличат партньори с по-високо качество.

Освен това трябва да сте сигурни, че вашият продукт не нарушава никакви закони и наредби. Също така от тази гледна точка, най-доброто нещо, което трябва да направите, е да се защитите, като регистрирате вашите търговски марки, патенти и др. В случай на съдебен спор, регистрираните права (където е приложимо), дори ако вашата търговска марка стане известна, са по-лесни за защита в съда. Ето няколко примера как да избегнете нарушения:

- Нито един друг продукт от същия вид няма регистрирана същата търговска марка;
- Вашият продукт не използва действащ патент или полезен модел;
- Не възпроизвеждате никакъв дизайн; и
- Не нарушавате никакви авторски права / права на автори / географско указание.

Бъдете внимателни за страните, към които сте насочени, вашата работа или продукти. По принцип правото на ИС е географски ограничено, така че трябва да сте сигурни къде е вашият пазар и къде ще продавате вашите търговски продукти или услуги. Ако смятате, че вашият продукт може да наруши права на ИС в дадена държава, не вадете от списъка си за тази държава; може да откриете, че можете да договаряте лицензи. Освен това бъдете внимателни, в някои страни като САЩ софтуерът може да бъде регистриран. Така че, моля, проверете дали другите държави могат да осигурят различни нива на защита за вашия продукт или услуга и тяхната регистрация.

Ако възлагате на външни изпълнители някои компоненти на вашия продукт, уверете се, че вашият бизнес подизпълнител има съответните права по отношение на ИС. Обикновено при подписване на търговски договор с подизпълнител винаги трябва да имате клауза за правата на ИС.

И дори ако не се интересувате или все още не се интересувате от валоризацията на вашия бизнес или марка, а просто искате да продадете вашите продукти, моля, имайте предвид факта, че интелектуалната собственост работи и като маркетингов инструмент. Символът © информира обществеността, че собственикът на марката вярва в продукта и не иска конкурентите да се възползват от неговата репутация. Изявленията за „чакащи патенти“ в маркетинга дават послание за иновативността на продукта. Посочвайки, че външният вид на продукта или неговия детайл е защитен дизайн, вие ясно посочвате, че продуктът представлява нарастваща индивидуалност и се откроява от масата. Тези съобщения се харесват на клиентите и инвеститорите знаят това.

Препоръки за допълнително четиво

Ако искате да надградите знанията си, препоръчваме да преминете и комбинираният обучителен модул 4 „Growth Hacking“ от програма за обучение „Творческо мислене за иновации“ След изучаването на този модул ще бъдете запознати с концепцията за growth hacking и с някои от най-известните примери за тактики за стимулиране на

креативния растеж, към които стартиращите компании са прибегнали през последното десетилетие. Освен това ще разберете как комбинацията от креативно мислене и стриктно измерване може да даде реални резултати по отношение на развитието на клиентите и растежа на бизнеса.

Препратки:

1. <https://www.gov.uk/intellectual-property-crime-and-infringement>
2. <http://www.ipaustralia.gov.au/ip-infringement/infringing-on-others-ip/>

Препратки

Учебни материали
Gargiulo, Michael , VPN.com
Graham, Keith , secureauth.com
Goldstein, P. & Reese, R. (2008) 'Copyright, Patent, Trademark and Related State Doctrines: Cases and Materials on the Law of Intellectual Property (6th ed.)'. New York, Foundation Press
Morin, J.-F. (2014) 'Paradigm shift in the global IP regime: The agency of academics, Review of International Political Economy', vol 21-2, 2014, p.275ff
WIPO Intellectual Property Handbook (2008) 'Policy, Law and Use. Chapter 2: Fields of Intellectual Property Protection', WIPO
https://www.gov.uk/intellectual-property-crime-and-infringement
http://www.ipaustralia.gov.au/ip-infringement/infringing-on-others-ip/
https://www.investopedia.com

Упражнения

Упражнение 1 Успешно управление на ИС

Изберете кои елементи са важни за успешното управление на ИС

- Да изчакате други да се свържат с вас за защита на ИС
- Да знаете какъв вид защита предоставя вашата ИС
- Да имате добре брандиран продукт или услуга за защита на ИС
- Да знаете кои стъпки трябва да се предприемат за защита на ИС
- Да установите лични връзки
- Да не казвате на никого подробности за вашите идеи / инициативи
- Да се фокусирате вашето управление на ИС върху търговски марки
- Да избягвате нарушения

Упражнение 2 Разпознаваемост на ИС

Моля, избройте пет елемента от вашите бизнес дейности, които биха могли да се считат за ИС:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Упражнение 3 Лицензионно споразумение

Моля, изберете от петте елемента на Вашите бизнес дейности, описани по-горе, един, който най-реално може да се счита за ИС:

Сега потърсете в интернет и намерете примерно лицензионно споразумение, което бихте искали да приложите към избраната ИС, за да сте подготвени за комерсиализацията ѝ.

Относно CreatINNES

Този комбиниран модул за обучение е част от обучителната програма „Предприемачество за фрилансъри и стартапи в КТИ“ разработен в рамките на проекта на ЕС **CreatINNES – Стратегическо партньорство за иновация и развиване на бизнес умения в сектора на културните и творческите индустрии** финансиран по схемата на Erasmus+ за 2018 – 2021.

Нашата програма за обучение по предприемачество съдържа следните 8 модула:

- Комбиниран модул за обучение 1 – Планиране, организиране и управление – визуализиране на предприемаческия път
- Комбиниран модул за обучение 2 – Бизнес планиране
- Комбиниран модул за обучение 3 – Маркетингова стратегия и елементи на маркетинговия микс
- Комбиниран модул за обучение 4 – Работа в мрежа, изграждане на екосистема и навлизане в международни пазари
- Комбиниран модул за обучение 5 – Как да финансирате растежа на вашия бизнес
- Комбиниран модул за обучение 6 – Как да създадете, защитите и управлявате вашата интелектуална собственост и права
- Комбиниран модул за обучение 7 – Дигитализиране чрез социалните медии
- Комбиниран модул за обучение 8 – Силни презентационни умения

Всичките модули са създадени с под ръководството и с подкрепата на международния екип CreatINNES от бизнес разработчици и участници в сектора на креативната индустрия, базиран в пет европейски държави: България, Франция, Германия, Унгария и Северна Македония.

Можете да намерите повече информация на страницата на проекта:
www.creatinnes.eu.

THANK
YOU

