**СОДЕРЖАНИЕ**

1 Право на товарный знак и знак обслуживания. Государственная регистрация товарного знака и наименования места происхождения товара. Правовая охрана общеизвестного товарного знака…………….3

2 Понятие и правовой статус сайта. Виды сайтов…………………………6

Список использованных источников……………………………………….9

1. Право на товарный знак и знак обслуживания. Государственная регистрация товарного знака и наименования места происхождения товара. Правовая охрана общеизвестного товарного знака.

Товарный знак - знак, помогающий отличить продукт одного предприятии от продукта другого. Продукт должен иметь отличительный знак, чтобы покупатель мог выбрать нужный ему среди подобных. Выбор значительно упрощается, если товары снабжены товарными знаками, поскольку, зная товарные знаки, покупатель может судить о маркированных ими продуктах. Товарные знаки важны, в частности, для потребительских товаров, в том числе для тех, которые ежедневно требуются в домашнем хозяйства.

К товарному знаку очень близок знак обслуживания. Он предназначен для того, чтобы различать сервис различных предприятий. В сервис входят, например, такие услуги, как предоставление автомобилей в аренду, организация путешествий и проч. Экономическая роль сервиса в последние годы возросла, поэтому знаки обслуживания становятся все более важными.

В мире нет таких стран, где не применялись бы товарные знаки и где знаки не защищались бы. Исключительное право на использование товарных знаков обычно получают посредством их регистрации, но в некоторых странах это исключительное право закрепляется после первичного использования знака.

В Российской Федерации товарные знаки и знаки обслуживания охраняются 4 частью ГК РФ.

Согласно статьи 1477 ГК, на товарный знак, то есть на обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак.

Правила настоящего Кодекса о товарных знаках соответственно применяются к знакам обслуживания, то есть к обозначениям, служащим для индивидуализации выполняемых юридическими лицами либо индивидуальными предпринимателями работ или оказываемых ими услуг.

Обладателем исключительного права на товарный знак может быть юридическое лицо или индивидуальный предприниматель.

На территории Российской Федерации действует исключительное право на товарный знак, зарегистрированный федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности, а также в других случаях, предусмотренных международным договором Российской Федерации.

Государственная регистрация товарного знака осуществляется федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (Государственный реестр товарных знаков) в порядке, установленном статьями 1503 и 1505 настоящего Кодекса.

На основании решения о государственной регистрации товарного знака федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности в течение месяца со дня получения документа об уплате пошлины за государственную регистрацию товарного знака и за выдачу свидетельства на него осуществляет государственную регистрацию товарного знака в Государственном реестре товарных знаков.

В Государственный реестр товарных знаков вносятся товарный знак, сведения о правообладателе, дата приоритета товарного знака, перечень товаров, для индивидуализации которых зарегистрирован товарный знак, дата его государственной регистрации, другие сведения, относящиеся к регистрации товарного знака, а также последующие изменения этих сведений.

При непредставлении в установленном порядке документа об уплате пошлины регистрация товарного знака не осуществляется, а соответствующая заявка на товарный знак признается отозванной на основании решения федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

На товарный знак, зарегистрированный в Государственном реестре товарных знаков, федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности в течение месяца со дня государственной регистрации товарного знака выдается свидетельство на товарный знак

Свидетельство на товарный знак удостоверяет приоритет товарного знака и исключительное право на товарный знак в отношении товаров, указанных в свидетельстве.

Наименованием места происхождения товара, которому предоставляется правовая охрана, является обозначение, представляющее собой либо содержащее современное или историческое, официальное или неофициальное, полное или сокращенное наименование страны, городского или сельского поселения, местности или другого географического объекта, а также обозначение, производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами. На использование этого наименования может быть признано исключительное право (статьи 1229 и 1519) производителей такого товара.

Не признается наименованием места происхождения товара обозначение, хотя и представляющее собой или содержащее наименование географического объекта, но вошедшее в Российской Федерации во всеобщее употребление как обозначение товара определенного вида, не связанное с местом его производства.

Наименование места происхождения товара признается и охраняется в силу государственной регистрации такого наименования.

Наименование места происхождения товара может быть зарегистрировано одним или несколькими гражданами либо юридическими лицами.

Лицам, зарегистрировавшим наименование места происхождения товара, предоставляется исключительное право использования этого наименования, удостоверяемое свидетельством, при условии, что производимый этими лицами товар отвечает требованиям пункта 1 статьи 1516 настоящего Кодекса.

Исключительное право использования наименования места происхождения товара в отношении того же наименования может быть предоставлено любому лицу, которое в границах того же географического объекта производит товар, обладающий теми же особыми свойствами.

По заявлению лица, считающего используемый им товарный знак или используемое в качестве товарного знака обозначение общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, товарный знак, охраняемый на территории Российской Федерации на основании его государственной регистрации или в соответствии с международным договором Российской Федерации, либо обозначение, используемое в качестве товарного знака, но не имеющее правовой охраны на территории Российской Федерации, по решению федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности могут быть признаны общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, если этот товарный знак или это обозначение в результате интенсивного использования стали на указанную в заявлении дату широко известны в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

Товарный знак и обозначение, используемое в качестве товарного знака, не могут быть признаны общеизвестными товарными знаками, если они стали широко известны после даты приоритета тождественного или сходного с ними до степени смешения товарного знака другого лица, который предназначен для использования в отношении однородных товаров.

Общеизвестному товарному знаку предоставляется правовая охрана, предусмотренная настоящим Кодексом для товарного знака.

Предоставление правовой охраны общеизвестному товарному знаку означает признание исключительного права на общеизвестный товарный знак.

Правовая охрана общеизвестного товарного знака действует бессрочно.

Правовая охрана общеизвестного товарного знака распространяется также на товары, неоднородные с теми, в отношении которых он признан общеизвестным, если использование другим лицом этого товарного знака в отношении указанных товаров будет ассоциироваться у потребителей с обладателем исключительного права на общеизвестный товарный знак и может ущемить законные интересы такого обладателя.

Правовая охрана предоставляется общеизвестному товарному знаку на основании решения федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности, принятого в соответствии с пунктом 1 статьи 1508 настоящего Кодекса.

Товарный знак, признанный общеизвестным, вносится федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности в Перечень общеизвестных в Российской Федерации товарных знаков (Перечень общеизвестных товарных знаков).

Свидетельство на общеизвестный товарный знак выдается федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности в течение месяца со дня внесения товарного знака в Перечень общеизвестных товарных знаков.

Форма свидетельства на общеизвестный товарный знак и перечень указываемых в этом свидетельстве сведений устанавливаются федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим нормативно-правовое регулирование в сфере интеллектуальной собственности.

Сведения, относящиеся к общеизвестному товарному знаку, публикуются федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности в официальном бюллетене незамедлительно после их внесения в Перечень общеизвестных товарных знаков.

1. Понятие и правовой статус сайта. Виды сайтов.

Необходимо различать понятие сайт Интернет, как цифровое произведение (контент) и как имущественный комплекс. Под сайтом Интернет как цифровым произведением понимается объективная форма представления и организации электронных документов и цифровых произведений (например: литературных произведений, фотографий, аудиовизуальных произведений , звукозаписей , программ для ЭВМ , баз данных и т.д.), систематизированных таким образом , чтобы эти данные мог ли быть найдены и обработаны с помощью технологий Интернет. В состав сайта Интернет как имущественного комплекса входят все виды имущества, предназначенные для его функционирования, включая информационный ресурс, электронные документы и цифровые произведения, доменное наименование, услуги хостинга или передачи данных в сети Интернет. Отличие сайта Интернет от предприятия заключается в том, сайт Интернет не обязательно используется для осуществления предпринимательской деятельности, а также не признается недвижим остью. Понятие сайта Интернет не находит своего отражения в федеральном законодательстве, однако широко используется на уровне различных нормативно - правовых актов и проектов федеральных законов. Некоторыми авторами вносится предложение – закрепить на уровне федерального закона понятие сайта Интернет. Сайт (сети) Интернет – находящийся в собственности определенного физического или юридического лица, или совместной собственности нескольких лиц, доступный при помощи технологий Интернет источник цифрового произведения или электронного документа и последующих, связанных с ним цифровых произведений или электронных документов.

В целях определения правового режима сайта Интернет следует проводить юридическую классификацию сайтов Интернет по следующим основаниям.

По доступности сервисов:

* Открытые — все сервисы полностью доступны для любых посетителей и пользователей.
* Полуоткрытые — для доступа необходимо зарегистрироваться (обычно бесплатно).
* Закрытые — полностью закрытые служебные сайты организаций (в том числе корпоративные сайты), личные сайты частных лиц. Такие сайты доступны для узкого круга людей. Доступ новым людям обычно даётся через т. н. инвайты (приглашения).

По природе содержимого:

* Статические — всё содержимое заранее подготавливается. Пользователю выдаются файлы в том виде, в котором они хранятся на сервере.
* Динамические — содержимое генерируется специальными скриптами (программами) на основе других данных из любого источника.

По физическому расположению:

* Внешние сайты сети Интернет.
* Локальные сайты — доступны только в пределах локальной сети. Это могут быть как корпоративные сайты организаций, так и сайты частных лиц в локальной сети провайдера.

По схеме представления информации, её объёму и категории решаемых задач можно выделить следующие типы веб-ресурсов:

* Интернет-представительства владельцев бизнеса (торговля и услуги, не всегда связанные напрямую с Интернетом):
	+ Сайт-визитка — содержит самые общие данные о владельце сайта (организация или индивидуальный предприниматель). Вид деятельности, история, прайс-лист, контактные данные, реквизиты, схема проезда. Специалисты размещают своё резюме. То есть подробная визитная карточка.
	+ Представительский сайт — так иногда называют сайт-визитку с расширенной функциональностью: подробное описание услуг, портфолио, отзывы, форма обратной связи и т. д.
	+ Корпоративный сайт — содержит полную информацию о компании-владельце, услугах/продукции, событиях в жизни компании. Отличается от сайта-визитки и представительского сайта полнотой представленной информации, зачастую содержит различные функциональные инструменты для работы с контентом (поиск и фильтры, календари событий, фотогалереи, корпоративные блоги, форумы). Может быть интегрирован с внутренними информационными системами компании-владельца (КИС, CRM, бухгалтерскими системами). Может содержать закрытые разделы для тех или иных групп пользователей — сотрудников, дилеров, контрагентов и пр.
	+ Каталог продукции — в каталоге присутствует подробное описание товаров/услуг, сертификаты, технические и потребительские данные, отзывы экспертов и т. д. На таких сайтах размещается информация о товарах/услугах, которую невозможно поместить в прайс-лист.
	+ Интернет-магазин — сайт с каталогом продукции, с помощью которого клиент может заказать нужные ему товары. Используются различные системы расчётов: от пересылки товаров наложенным платежом или автоматической пересылки счета по факсу до расчётов с помощью пластиковых карт.
	+ Промо-сайт — сайт о конкретной торговой марке или продукте, на таких сайтах размещается исчерпывающая информация о бренде, различных рекламных акциях (конкурсы, викторины, игры и т. п.).
	+ Сайт-квест — Интернет-ресурс, на котором организовано соревнование по разгадыванию последовательности взаимосвязанных логических загадок.
* Информационные ресурсы:
	+ Тематический сайт — сайт, предоставляющий специфическую узкотематическую информацию о какой-либо теме.
	+ Тематический портал — это очень большой веб-ресурс, который предоставляет исчерпывающую информацию по определённой тематике. Порталы похожи на тематические сайты, но дополнительно содержат средства взаимодействия с пользователями и позволяют пользователям общаться в рамках портала (форумы, чаты) — это среда существования пользователя.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1 Гражданский Кодекс РФ

2 Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006 года (в ред. Федерального закона от 27.07.2010 N 227-ФЗ)

3 Бачило И.Л. Информационное право: основы практической информатики. Учебное пособие. - М.: 2005. - 352 с.

4 Копылов В.А. Информационное право. Учебник. – М.: 2006. – 275с.