

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В РЕКЛАМІ

Навчальний посібник

Київ
Видавництво Ліра-К
2016

УДК 347.77(075)
ББК 67.401.114я73
В 433

Рецензенти:

Копиленко О. Л. – доктор юридичних наук, професор, член-кореспондент НАН України, заслужений юрист України, академік НАПрН України, директор Інституту законодавства Верховної Ради України;

Галянтич М. К. – доктор юридичних наук, професор, заступник з наукової роботи директора Науково-дослідного інституту приватного права і підприємництва Національної академії правових наук України;

Калюжний Р. А. – доктор юридичних наук, професор, професор кафедри теорії та історії держави і права Юридичного інституту Національного авіаційного університету.

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Київського національного університету культури і мистецтв
(протокол № 26 від 29 липня 2016 р.)*

В 433 Використання об'єктів інтелектуальної власності в рекламі : навч. посіб. / Т. І. Биркович, І. С. Бондар, Р. Б. Шишка, І. М. Сопілко [та ін.]. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2016. – 520 с.

ISBN 978-617-7320-70-7

У навчальному посібнику розкриваються основні положення правової охорони і захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності та особливості їх використання в рекламі.

На основі норм основних міжнародних і національних нормативно-правових актів та Конституції України, Цивільного кодексу України розкриваються загальні положення і структура права інтелектуальної власності, дається правова характеристика окремим групам об'єктів інтелектуальної власності, змісту та обсягу майнових і немайнових прав, правовий аналіз договорам у сфері інтелектуальної власності як форми використання майнових прав та особливості використання об'єктів інтелектуальної власності в рекламі.

Даний навчальний посібник може бути рекомендовано для викладання в межах навчальних програм вищих навчальних закладів України. Матеріал навчального посібника «Використання об'єктів інтелектуальної власності в рекламі» розраховано здебільшого на студентів-маркетологів, студентів спеціальності «Дизайн та реклама», він може стати у нагоді для студентів юридичних ВНЗ та студентам-спеціальності пар-менеджмент, аспірантам, здобувачам, викладачам та широкому колу фахівців у сфері права інтелектуальної власності та рекламної діяльності.

**УДК 347.77(075)
ББК 67.401.114я73**

ISBN 978-617-7320-70-7

© Колектив авторів, 2016
© Видавництво Ліра-К, 2016

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ	9
1.1. Інтелектуальна власність, її становлення, теорії інтелектуальної власності	9
1.2. Економіка інтелектуальної власності та інтелектуального капіталу	17
1.3. Встановлення вартості, винагорода за використання інтелектуальної власності	23
РОЗДІЛ 2. ПОНЯТТЯ ТВОРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	36
2.1. Поняття та ознаки творчої діяльності, право на творчість як об'єкт правового регулювання.....	36
2.2. Межі прояву свободи творчості та її здійснення.....	42
2.3. Суб'єкти права на творчість і зміст права.....	49
РОЗДІЛ 3. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОБ'ЄКТІВ АВТОРСЬКОГО ПРАВА ТА СУМІЖНИХ ПРАВ	60
3.1. Особливості розвитку системи авторського права та суміжних прав	60
3.2. Види об'єктів авторського права та суміжних прав та їх використання в рекламі	62
3.3. Міжнародно-правові акти у сфері охорони авторського права та суміжних прав	74
РОЗДІЛ 4. ПРАВОВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ СТАТУСУ СУБ'ЄКТІВ АВТОРСЬКОГО, ПАТЕНТНОГО ПРАВА ТА СУМІЖНИХ ПРАВ	82
4.1. Суб'єкти правовідносин у сфері авторського права та суміжних прав.....	82
4.2. Реєстрація авторського права та особливості правового режиму співавторства	98
4.3. Суб'єкти патентного права, змісту їх прав	104
РОЗДІЛ 5. ЛІТЕРАТУРНІ ТА ХУДОЖНІ ТВОРИ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В РЕКЛАМІ	115
5.1. Літературні та художні твори як об'єкти правової охорони та їх використання в рекламі	115
5.2. Похідні твори як об'єкти авторського права	120
5.3. Наукові твори та особливості їх правового режиму	123

РОЗДІЛ 6. ТВОРИ МИСТЕЦТВА ЯК ОБ'ЄКТИ АВТОРСЬКОГО ПРАВА ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В РЕКЛАМІ	131
6.1. Твори образотворчого мистецтва як об'єкти правової охорони	131
6.2. Архітектурні твори та твори дизайну та їх використання в рекламі ...	134
6.3. Фотографічні твори, особливості їх правової охорони та їх використання в рекламі	143
РОЗДІЛ 7. СЦЕНІЧНІ ТА КІНЕМАТОГРАФІЧНІ ТВОРИ ЯК ОБ'ЄКТИ АВТОРСЬКОГО ПРАВА ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В РЕКЛАМІ	151
7.1. Музично-драматичні твори: поняття, жанри та їх використання в рекламі	151
7.2. Хореографічні твори як самостійні об'єкти авторського права	154
7.3. Кінематографічні твори: поняття, ознаки, складові елементи та їх використання в рекламі	158
РОЗДІЛ 8. МУЗИЧНІ ТВОРИ ЯК ОБ'ЄКТИ АВТОРСЬКОГО ПРАВА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В РЕКЛАМІ	170
8.1. Поняття та ознаки музичного твору як об'єкта авторського права	170
8.2. Правовий статус суб'єктів авторського права на музичний твір	176
8.3. Особливості реалізації майнових прав на музичний твір, в тому числі їх використання в рекламі	182
РОЗДІЛ 9. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ АВТОРСЬКИХ ПРАВ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	190
9.1. Особливості розпорядження авторськими правами у мережі Інтернет	190
9.2. Технічні способи захисту об'єктів авторських і суміжних прав в мережу Інтернет	195
9.3. Судовий захист авторських прав у мережі Інтернет	200
РОЗДІЛ 10. КОМП'ЮТЕРНА ПРОГРАМА ЯК ОБ'ЄКТ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ	209
10.1. Поняття та ознаки комп'ютерної програми як об'єкта авторського права	209
10.2. Правовий статус суб'єктів авторського права на комп'ютерну програму	218
10.3. Порядок набуття та передачі прав на комп'ютерну програму	227

РОЗДІЛ 11. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВИКОНАННЯ ЯК ОБ'ЄКТА СУМІЖНИХ ПРАВ В РЕКЛАМІ.....	233
11.1. Виконання в рекламі як об'єкт суміжних прав	233
11.2. Виконавці як суб'єкти права інтелектуальної власності на виконання в рекламі.....	242
11.3. Форми і способи захисту прав на виконання в рекламі.....	249
РОЗДІЛ 12. ЦИВІЛЬНО-ПРАВОВА ОХОРОНА ВИРОБНИКІВ ФОНОГРАМ ТА ВІДЕОГРАМ В РЕКЛАМІ.....	267
12.1. Фонограма та відеограма як результати творчої діяльності	267
12.2. Права виробників фонограм та відеограм в рекламі.....	273
12.3. Способи цивільно-правової охорони виробників фонограм та відеограм в рекламі.....	291
РОЗДІЛ 13. МІЖНАРОДНО-ПРАВОВА ОХОРОНА АВТОРСЬКОГО ПРАВА ТА СУМІЖНИХ ПРАВ	301
13.1. Міжнародна правова охорона авторського права	301
13.2. Міжнародна правова охорона об'єктів суміжних прав	308
13.3. Міжнародне законодавство щодо колективного управління авторськими та суміжними правами в тому числі і щодо об'єктів розміщених в рекламі.....	317
РОЗДІЛ 14. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПАТЕНТНОГО ПРАВА ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В РЕКЛАМІ	323
14.1. Поняття та об'єкти патентного права	323
14.2. Порядок патентування об'єктів патентного права, в тому числі і за процедурою РСТ	333
14.3. Способи використання об'єктів патентного права, в тому числі і в рекламі.....	343
РОЗДІЛ 15. ПРАВОВА ОХОРОНА НЕТРАДИЦІЙНИХ ОБ'ЄКТІВ ПРОМИСЛОВОЇ ВЛАСНОСТІ, В ТОМУ ЧИСЛІ І В РЕКЛАМІ	350
15.1. Правова охорона раціоналізаторських пропозицій	350
15.2. Правова охорона комерційних таємниць	353
15.3. Правова охорона результатів селекцій, топографій інтегральних мікросхем та наукових відкриттів	360
РОЗДІЛ 16. ПРАВОВИЙ РЕЖИМ ЗАСОБІВ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ УЧАСНИКІВ ЦИВІЛЬНОГО ОБОРОТУ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ.....	371
16.1. Правова охорона торговельних марок.....	371

16.2. Правова охорона географічних позначень та комерційних (фірмових) найменувань	384
16.3. Міжнародно-правова охорона знаків для товарів і послуг	395

РОЗДІЛ 17. ДОГОВОРИ ЩОДО РОЗПОРЯДЖЕННЯ МАЙНОВИМИ ПРАВАМИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ	405
17.1. Загальні положення про цивільно-правові договори.....	405
17.2. Процедура укладання, зміни та припинення договорів.....	407
17.3. Особливості договорів у сфері інтелектуальної власності.....	410

РОЗДІЛ 18. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗПОРЯДЖЕННЯ МАЙНОВИМИ ПРАВАМИ АВТОРІВ, В ТОМУ ЧИСЛІ І В РЕКЛАМІ	415
18.1. Авторські договори в системі договорів інтелектуальної власності	415
18.2. Правовий режим видавничих договорів	424
18.3. Окремі види авторських договорів на використання об'єктів авторського права в тому числі і в рекламі	428

РОЗДІЛ 19. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДОГОВОРІВ У СФЕРІ ПРОМИСЛОВОЇ ВЛАСНОСТІ	440
19.1. Правова природа ліцензійних договорів.....	440
19.2. Види ліцензійних договорів і ліцензійних платежів.....	445
19.3. Правове регулювання договору комерційної концесії (франчайзингу).....	449

РОЗДІЛ 20. ЗАХИСТ ПРАВ НА ОБ'ЄКТИ АВТОРСЬКОГО ПРАВА ТА СУМІЖНИХ ПРАВ.....	456
20.1. Поняття та способи захисту прав на об'єкти авторського права і суміжних прав	456
20.2. Види порушень авторських і суміжних прав	465
20.3. Плагіат як форма порушень авторських і суміжних прав	477

РОЗДІЛ 21. ЗАХИСТ ПРАВ НА ОБ'ЄКТИ ПАТЕНТНОГО ПРАВА	483
21.1. Поняття та способи захисту прав на об'єкти патентного права	483
21.2. Види порушень патентних прав	489
21.3. Державні та недержавні організації в системі охорони інтелектуальної власності	494

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ	504
--------------------------------	------------