

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Кузбасский государственный технический университет»
имени Т.Ф. Горбачева

Кафедра металлорежущих станков и инструментов

ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ

Методические указания к практическим работам по дисциплинам
«Защита интеллектуальной собственности»,
«Интеллектуальная собственность», «Патентоведение»
для обучающихся всех направлений подготовки
и специальностей всех форм обучения

Составитель **Д. Б. Шатько**

Утверждены на заседании кафедры
Протокол № 4 от 27.01.2022
Рекомендованы к изданию
учебно-методической комиссией
направления подготовки 27.04.02
Протокол № 3 от 28.01.2022

Электронная версия
находится в библиотеке КузГТУ

Кемерово 2022

1. ЦЕЛЬ РАБОТЫ

Ознакомиться с общими положениями, типами обозначений, видами товарных знаков, содержанием заявки на их регистрацию, правами на товарные знаки, а также с особенностями прав на фирменное наименование и коммерческое обозначение.

2. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Товарный знак (торговая марка) – зарегистрированное в установленном порядке обозначение, присвоенное товару для его отличия от других и указания на его производителя (предприятие, фирму). Он представляет собой рисунок (символ, знак), определенное сочетание букв, чисел.

Товарные знаки регистрируются Роспатентом в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания РФ с целью индивидуализации товаров, работ или услуг правообладателя в гражданском обороте среди однородных аналогов.

На практике наряду с товарными знаками используется понятие **«знак обслуживания»**. В отличие от товарного знака, являющегося средством индивидуализации *товаров*, знак обслуживания является средством индивидуализации *выполняемых работ или оказываемых услуг*.

При этом оба типа обозначений имеют одинаковый правовой режим, и для удобства законодатель употребляет только термин «товарный знак». Таким образом, всё нормативное регулирование ГК РФ, применимое к товарным знакам, применимо и к знакам обслуживания.

Наличие товарного знака позволяет предприятию проводить более эффективную политику продвижения товара на рынок. Товарный знак позволяет отделить конкретный товар от аналогов и закрепить за ним определенные ассоциации.

Основные **функции товарного знака** – свидетельствовать о высоком качестве продаваемого товара, вызывать доверие покупателя благодаря хорошей репутации владельца товарного знака (не обязательно изготовителя продукта), осуществляющего контроль за качеством товара.

Понимаемый как средство индивидуализации производителя товарный знак рассматривается как торговая марка или фирменный знак. Такой знак защищает исключительные права изготовителя продавца на пользование маркой и (или) эмблемой.

Обладателями исключительного права на товарный знак могут быть только юридические лица (коммерческие и некоммерческие организации) или индивидуальные предприниматели.

В качестве необходимых правовых признаков, которым должен соответствовать товарный знак выделяют ***новизну и различительную способность***.

Новизна товарного знака состоит в его отличии от известных обозначений, вошедших в торговый оборот. Новизна обозначает для товарного знака, что среди известных обозначений отсутствуют не только идентичные, тождественные, полностью совпадающие с ним обозначения, но также и подобные, сходные обозначения, т.е. совпадающие с ним лишь частично.

Новизна товарного знака определяется на дату приоритета, которая устанавливается по дню поступления правильно оформленной заявки на регистрацию товарного знака в Патентное ведомство РФ.

Различительная способность знака означает наличие устойчивой ассоциации с товарами, работами или услугами конкретного производителя, не допускающей заблуждения относительно сходных аналогов продукции или деятельности других производителей.

Товарный знак, признанный общеизвестным, вносится Роспатентом в отдельный Перечень общеизвестных в РФ товарных знаков, и затем сведения о таком товарном знаке публикуются в официальном бюллетене Роспатента.

3. ТИПЫ ОБОЗНАЧЕНИЙ И ВИДЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

Существуют ***четыре типа обозначения товарного знака*** (марки):

1. Фирменное имя – слово, буква или группа слов, букв, которые могут быть произнесены.
2. Фирменный знак – символ, рисунок или отличительный цвет или обозначение.

3. Товарный образ – персонифицированная торговая марка.

4. Торговый знак – все вышеперечисленное, т. е. – фирменное имя, фирменный знак, торговый образ или сочетания их, но при этом защищенные юридически. При использовании зарегистрированный товарный знак сопровождается буквой «R» в круге – ®. Если товарные знаки являются собственностью фирмы, они могут иметь знак ©.

Фирменные имена, фирменные знаки и товарные образы представляют собой маркетинговые обозначения и не обеспечивают юридической защиты от использования конкурентами, если не зарегистрированы как товарные знаки.

Все виды товарных знаков можно разбить по следующим классификациям:

1. По правомочию владения.
2. По назначению.
3. По форме внешнего выражения.

По правомочию владения выделяют индивидуальные и совместные (коллективные) товарные знаки.

Индивидуальные товарные знаки регистрируются на одного правообладателя, а *коллективные* на объединение лиц, существование которого не противоречит закону страны происхождения, даже если эти объединения не являются владельцами промышленного или торгового предприятия. Коллективным знаком может пользоваться каждое из входящих в объединение лиц.

По назначению выделяют фирменные, ассортиментные (именные) знаки и знаки страны происхождения.

Фирменные знаки (обыкновенные и престижные) – знаки, предназначенные для идентификации изготовителя товаров или услуг. Обыкновенные знаки разрабатываются компанией самостоятельно уполномоченным лицом или специально назначенным дизайнером. Престижные же не создаются самостоятельно, они предоставляются организациям за особые достижения (к примеру, Пермская гильдия добросовестных предприятий). Данный подвид регистрации не подлежит.

Ассортиментные товарные знаки – знаки, предназначенные для идентификации ассортиментной принадлежности. Ассортиментные знаки делятся на типы – видовые (по виду товара) и марочные (по торговой марке или наименованию).

Знаки страны происхождения подразделяются на международные и национальные. Во внешнеторговой деятельности принято применять международные знаки, включающие одну или несколько букв и цифровой код.

По форме внешнего выражения выделяют товарные знаки следующих видов:

- словесные (литературные);
- изобразительные (художественные);
- объемные (трехмерные);
- комбинированные;
- звуковые;
- обонятельные;
- световые.

При этом визуальные типы товарных знаков могут быть зарегистрированы в любом цвете или цветовом сочетании. Виды товарных знаков по форме выражения представлены на рис.1.

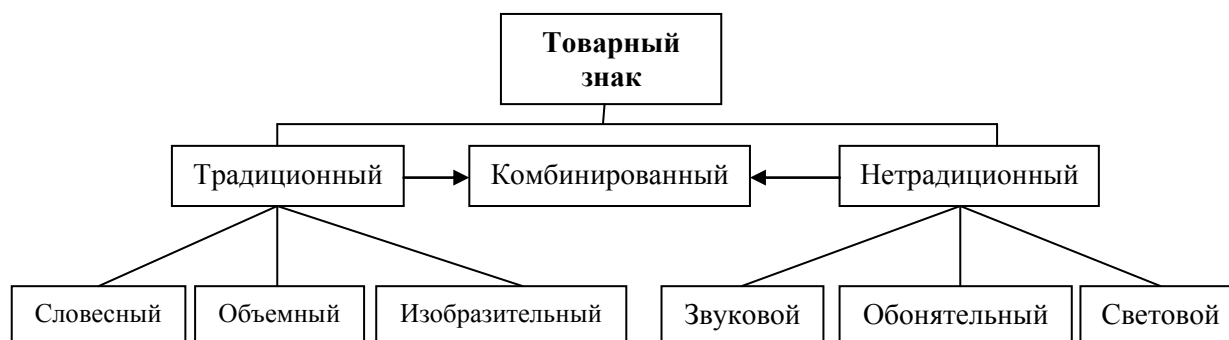


Рис. 1 Виды товарных знаков по форме выражения

К словесным обозначениям относятся слова, сочетания букв, имеющие словесный характер, словосочетания, предложения, другие единицы языка, а также их сочетания. Например, названия компаний Panasonic, Microsoft, Apple, Coca-Cola, обычно данный вид знаков называют логотипами.

К изобразительным обозначениям относятся изображения живых существ, предметов, природных и иных объектов, а также фигуры любых форм, композиции линий, пятен, фигур на плоскости. Как правило, данный вид знаков называют эмблемами. Сюда можно отнести значки «Адидас», «РЖД» и т. д.

К объемным обозначениям относятся трехмерные объекты, фигуры и комбинации линий, фигур. Например, изображение книги, мобильного телефона, тарелки, пылесоса и т. д.

К комбинируемым обозначениям относятся комбинации элементов разного вида, изобразительных, словесных, объемных и т. д., например: слоган и изображение, логотип и звук.

Звуковые товарные знаки – фрагмент музыкального произведения или короткий оригинальный звук, звук природы, быта, промышленных предприятий и проч. Примерами звуковых товарных знаков являются мелодии мобильных телефонов, позывные радиостанций (например, «Европа плюс», «Русское радио»), радиопрограмм, мелодии и заставки популярных телепередач.

Обонятельные – самые редкие и необычные виды товарных знаков. Представляют собой аромат, обычно не имеющий никакого отношения к продукции. Зарегистрировать такой фирменный символ весьма сложно – нужна подробная характеристика аромата, его химическая формула, перечисление «букета» составляющих его отдельных запахов. В нашей стране такие любопытные товарные знаки почти не представлены. Кроме того, российское законодательство не содержит определенных требований к форме представления обонятельных обозначений.

Примеры зарегистрированных обонятельных торговых марок:

- цветочный аромат, напоминающий розу – для покрышек (Великобритания);
- запах скошенной травы – для теннисных мячиков (Европа);
- запах лаванды и ванили – для канцелярских принадлежностей (США);
- запах эвкалипта – для принадлежностей для игры в гольф (Австралия).

Световыми товарными знаками, как правило, являются осветительные приборы. Для регистрации знака заявители должны перечислить в заявке характеристики световых сигналов, их последовательность или продолжительность.

На рис. 2 приведены примеры изображений некоторых товарных знаков.



Рис. 2. Примеры изображений товарных знаков

4. ЗАЯВКА НА ГОСУДАРСТВЕННУЮ РЕГИСТРАЦИЮ ТОВАРНОГО ЗНАКА

Государственная регистрация товарного знака осуществляется Роспатентом в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания РФ. Заявка на государственную регистрацию товарного знака (заявка на товарный знак) подается юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (заявителем) (Приложение 1).

На товарный знак, зарегистрированный в Государственном реестре товарных знаков, выдается *свидетельство на товарный знак* (Приложение 2). Свидетельство на товарный знак удостоверяет приоритет товарного знака и исключительное право на товарный знак только в отношении тех товаров, которые указаны в свидетельстве.

Свидетельство на товарный знак выдаётся в РФ сроком на *10 лет*. В дальнейшем оно может быть по соответствующему заявлению в регистрирующий орган и уплаты соответствующей государственной пошлины продлено ещё на 10 лет, и так неогра-

ниченное число раз.

Заявка на товарный знак должна содержать:

- *заявление о государственной регистрации* обозначения в качестве товарного знака с указанием заявителя, его места жительства или места нахождения;
- *заявляемое обозначение;*
- *перечень товаров*, в отношении которых испрашивается государственная регистрация товарного знака и которые сгруппированы по классам Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков;
- *описание заявляемого обозначения.*

Не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- являющихся общепринятыми символами и терминами;
- характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;
- представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров и пр.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

5. ПРАВО НА ТОВАРНЫЙ ЗНАК

Лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит *исключительное право* использования товарного знака в соответствии со ст. 1229 ГК РФ любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак).

Помимо исключительного имущественного права каких-либо иных интеллектуальных прав на товарный знак не признается, так как правовые режимы средств индивидуализации опосре-

дуют исключительно экономическую монополию на их использование в гражданском обороте. Исключительное право на товарный знак может быть осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности, путем размещения товарного знака:

- на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории РФ либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию РФ;
- при выполнении работ, оказании услуг;
- на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот;
- в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;
- в сети Интернет, в том числе в доменном имени и при других способах адресации.

Никто не вправе использовать без разрешения правообладателя сходные с его товарным знаком обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, если в результате такого использования возникнет вероятность смешения.

Правообладатель может *распоряжаться исключительным правом* на товарный знак любыми способами, в том числе по договору отчуждения исключительного права или по лицензионным договорам.

По договору об отчуждении исключительного права на товарный знак одна сторона (правообладатель) передает или обязуется передать в полном объеме принадлежащее ей исключительное право на соответствующий товарный знак в отношении всех товаров или в отношении части товаров, для индивидуализации которых он зарегистрирован, другой стороне – приобретателю исключительного права.

По лицензионному договору одна сторона – обладатель исключительного права на товарный знак (лицензиар) предоставляет или обязуется предоставить другой стороне (лицензиату) право использования товарного знака в определенных договором

пределах с указанием или без указания территории, на которой допускается использование, применительно к определенной сфере предпринимательской деятельности.

Все договоры, посредством которых осуществляется распоряжение исключительным правом на товарный знак, должны быть заключены в письменной форме и подлежат государственной регистрации в Роспатенте.

Правообладатель для оповещения о своем исключительном праве на товарный знак вправе использовать *знак охраны*, который помещается рядом с товарным знаком, состоит из латинской буквы «R» или ® (буквы «R» в окружности) либо словесного обозначения «товарный знак» или «зарегистрированный товарный знак» и указывает на то, что применяемое обозначение является товарным знаком, охраняемым на территории РФ.

Товары, этикетки, упаковки товаров, на которых незаконно размещены товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение, являются контрафактными. Правообладатель вправе требовать изъятия из оборота и уничтожения за счет нарушителя контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров, на которых размещены незаконно используемый товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение.

6. ФИРМЕННОЕ НАИМЕНОВАНИЕ И КОММЕРЧЕСКОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ

Фирменное наименование и коммерческое обозначение являются наиболее близкими средствами индивидуализации. Общее между ними в том, что они используются в предпринимательской деятельности и не индивидуализируют (в отличие от товарных знаков) товары и услуги как таковые.

Фирменное наименование – это условное обозначение коммерческой организации, которое индивидуализирует ее в качестве профессионального участника предпринимательской деятельности и гражданского оборота. Т. е. это название, под которым юридическое лицо осуществляет какую-либо деятельность.

Данное средство индивидуализации появляется у организации в первую очередь. Состоит оно из двух частей:

– указание организационно-правовой формы (ООО, ЗАО, ПАО и т. д.);

– название компании (например, «Газпром», «МТС», «Металлсервис»).

В соответствии с ГК РФ, компания может использовать полное или сокращённое название, а также зарегистрировать наименование на иностранном языке.

Коммерческое обозначение – это маркетинговое определение, которое не является фирменным наименованием, но также используется для выделения коммерческих и промышленных предприятий, их товаров и услуг.

Отличия между фирменным наименованием и коммерческим обозначением состоят в следующем:

1. Фирменное наименование регистрируется в государственных органах, используется в учредительных документах и при создании нового юридического лица, обозначение – нет.

2. Компания может не использовать коммерческое обозначение (иногда его даже не включают в учредительные документы), однако название у неё должно быть обязательно.

3. Наименование характеризует тип предприятия и, как правило, используется в отношениях с партнёрами, при заключении договоров и т. д. Коммерческое обозначение же применяется для индивидуализации предприятия и фигурирует в рекламе, на вывесках и самой продукции.

4. Право на коммерческие знаки можно передать другому лицу, а право на официальное название фирмы – нет.

5. Владельцами фирменного наименования могут быть только коммерческие организации (товарищества, хозяйственные общества, муниципальные и государственные предприятия). Круг субъектов, которые могут использовать коммерческое наименование, значительно шире. Сюда входят любые юридические лица (в т. ч. и некоммерческие организации), а также ИП.

Чаще всего данные средства индивидуализации совпадают, но иногда компании используют отличные друг от друга фирменное наименование и коммерческое обозначение. Пример: ООО «Золотой лебедь» и сеть магазинов «Домовёнок». При этом одно юридическое лицо может использовать в своей деятельности несколько таких «неофициальных» названий.

Право на фирменное наименование

Юридическому лицу принадлежит *исключительное право* использования своего фирменного наименования в качестве средства индивидуализации любым не противоречащим закону способом, в том числе путем его указания на вывесках, бланках, в счетах и иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках.

Распоряжение исключительным правом на фирменное наименование (в том числе путем его отчуждения или предоставления другому лицу права использования фирменного наименования) не допускается.

Право на коммерческое обозначение

Правообладателю принадлежит *исключительное право* использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом (исключительное право на коммерческое обозначение), в том числе путем указания коммерческого обозначения на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в сети «Интернет».

Исключительное право на коммерческое обозначение может перейти к другому лицу (в том числе по договору, в порядке универсального правопреемства и по иным основаниям, установленным законом) только в составе предприятия, для индивидуализации которого такое обозначение используется.

Исключительное право на коммерческое обозначение, включающее фирменное наименование правообладателя или отдельные его элементы, возникает и действует независимо от исключительного права на фирменное наименование.

7. ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ ОТЧЕТА

1. Изучить основные теоретические положения.
2. Оформить отчет. Отчет должен содержать: наименование и цель работы; ответы на контрольные вопросы по теме практической работы.

8. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

1. Изучить общественные товарные знаки [2].
2. Ознакомиться с общими характеристиками содержания прав на товарный знак и знак обслуживания [3].

9. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Дайте определение понятию «Товарный знак» и опишите его основные функции.
2. В чем заключается «новизна» и «различительная способность» товарного знака?
3. Как классифицируются виды товарных знаков? Назовите и кратко охарактеризуйте.
4. Опишите и приведите примеры товарных знаков «по форме внешнего выражения».
5. Свидетельство на товарный знак. Назначение, срок действия.
6. Что содержит заявка на товарный знак?
7. В каких случаях не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков?
8. В чем состоит исключительное право на товарный знак?
9. Какими способами правообладатель может распоряжаться исключительным правом на товарный знак? Опишите данные способы.
10. Дайте определение терминам «Фирменное наименование» и «Коммерческое обозначение». В чем заключаются их отличия друг от друга.
11. Перечислите особенности исключительного права на фирменное наименование и коммерческое обозначение.

10. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дашян, М. С. Интеллектуальная собственность в бизнесе: изобретение, товарный знак, ноу-хау, фирменное наименование и объекты авторского права / М. С. Дашян. – Москва: Эксмо, 2009. – 351 с. – ISBN 978-5-699-33651-7. – Текст : непосредственный.

2. Городов, О. А. Право на средства индивидуализации (товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования, коммерческие обозначения). / О. А. Городов. – Москва: Волтерс Клувер, 2006. – 427 с. – ISBN 5-466-00164-3. – Текст : непосредственный.

3. Колмыкова, А. Д. Защита прав на товарный знак / А. Д. Колмыкова. – Текст : непосредственный // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – № 11. – С. 230-232.

4. Бубнова, О. Ю. Актуальные проблемы защиты прав на товарные знаки / О. Ю. Бубнова. – Текст : непосредственный // Вестник современных исследований. – 2017. – № 8-1 (11). – С. 87-91.

5. Тайнишева, В. С. Особенности защиты товарного знака, как объекта интеллектуальной собственности / В. С. Тайнишева. – Текст : непосредственный // Успехи в химии и химической технологии. – 2017. Т. 31. – № 15 (196). – С. 41-42.

6. Видин, Д. В. Защита интеллектуальной собственности : учебное пособие / Д. В. Видин, К. П. Петренко, Д. Б. Шатько ; Кузбасский государственный технический университет им. Т. Ф. Горбачева. – Кемерово : КузГТУ, 2020. – 158 с. – ISBN 978-5-00137-186-1. – URL:

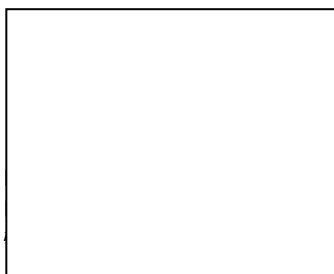
<http://library.kuzstu.ru/meto.php?n=91820&type=utchposob:common>. (дата обращения: 20.01.2022). – Текст : электронный.

Приложение 1

З А Я В К А на государственную регистрацию обозначения в качестве товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака в Российской Федерации		
ДАТА ПОСТУПЛЕНИЯ <small>оригиналов документов заявки</small>	(210) РЕГИСТРАЦИОННЫЙ №	ВХОДЯЩИЙ №
В Федеральную службу по интеллектуальной собственности Бережковская наб., д. 30, корп. 1, г. Москва, Г-59, ГСП-3, 125993, Российская Федерация ЗАЯВЛЕНИЕ Прошу зарегистрировать заявляемое обозначение в качестве товарного знака (знака обслуживания) в Федеральной службе по интеллектуальной собственности		(750) АДРЕС ДЛЯ ПЕРЕПИСКИ <i>(полный почтовый адрес, фамилия, имя, отчество (последнее – при наличии) или наименование адресата)</i> Телефон: Факс: E-mail:
(731) ЗАЯВИТЕЛЬ <i>(Указывается полное наименование юридического лица, полный адрес места нахождения юридического лица (согласно учредительному документу) или ФИО индивидуального предпринимателя и полный адрес места жительства индивидуального предпринимателя, название страны)</i>		ИДЕНТИФИКАТОРЫ ЗАЯВИТЕЛЯ: ОГРН: ОГРНИП: ИНН: КПП: КОД страны по стандарту ВОИС ST.3 <i>(если он установлен):</i>
(740) ПРЕДСТАВИТЕЛЬ(И) ЗАЯВИТЕЛЯ Указанное(ые) ниже лицо(а) назначено(ы) заявителем(ями) для ведения дел по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания в Федеральной службе по интеллектуальной собственности		Является <input type="checkbox"/> Патентным(и) поверенным(и) <input type="checkbox"/> Иным представителем
Фамилия, имя, отчество (последнее – при наличии):		Телефон: Факс:
Адрес:		E-mail:
Срок представительства: <i>(заполняется в случае назначения иного представителя без представления доверенности)</i>		Регистрационный(е) номер (а) патентного(ых) поверенного(ых)

Продолжение приложения 1

☐ (540) **ИЗОБРАЖЕНИЕ ЗАЯВЛЯЕМОГО ОБОЗНАЧЕНИЯ** (571) **ОПИСАНИЕ ЗАЯВЛЯЕМОГО ОБОЗНАЧЕНИЯ**



представлено на отдельном материальном носителе, а именно:
 чертёж (если испрашивается государственная регистрация знака в цветном исполне-

- ☐ (550) Указание, относящееся к виду знака: ☐ словесный знак ☐ изобразительный знак ☐ световой знак
☐ изменяющийся знак ☐ позиционный знак ☐ осязательный знак ☐ вкусовой знак
☐ (554) объёмный знак ☐ (555) голографический знак ☐ (556) звуковой знак ☐ (557) обонятельный знак
☐ (558) знак, состоящий исключительно из одного или нескольких цветов
☐ комбинированный знак
☐ Характеристики знака, не являющегося словесным, изобразительным или их комбинацией:

(Если характеристики не умецаются в отведенной графе, то они полностью приводятся на отдельном листе в качестве приложения к заявке)

- ☐ (551) Коллективный знак ☐ (526) Неохраняемые элементы:

(511) **ТОВАРЫ**, в отношении которых испрашивается государственная регистрация знака, сгруппированные по классам Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков (МКТУ)*:

Класс	Наименование товаров и (или) услуг

** Если перечень не умецается в отведенной графе, то он полностью приводится на отдельном листе в качестве приложения к заявке*

ПРОШУ УСТАНОВИТЬ ПРИОРИТЕТ ТОВАРНОГО ЗНАКА ПО ДАТЕ:

- ☐ (320) подачи первой(ых) заявки(ок) в государстве - участнике Парижской конвенции по охране промышленной собственности (п. 1 ст. 1495 Кодекса)
☐ (230) начала открытого показа экспоната на выставке (п. 2 ст. 1495 Кодекса)
☐ (641) приоритета первоначальной заявки, из которой данная заявка выделена (п. 2 ст. 1494 Кодекса)
☐ (151) международной регистрации (п. 4 ст. 1495 Кодекса)
☐ (646) внесения записи о территориальном расширении по международной регистрации (п. 4 ст. 1495 Кодекса)
☐ (646) приоритета международной регистрации (п. 4 ст. 1495 Кодекса)

☐ **ПРОШУ УСТАНОВИТЬ ДАТУ ПОДАЧИ НАСТОЯЩЕЙ ЗАЯВКИ** по дате подачи первоначальной заявки, из которой данная заявка выделена (ст. 1491, п. 2 ст. 1502 Кодекса); (220) Дата подачи первоначальной заявки

Продолжение приложения 1

<input type="checkbox"/> (310) № первой заявки <input type="checkbox"/> (641) № первоначальной заявки <input type="checkbox"/> (151) № международной регистрации	Дата испрашиваемого приоритета	(330) Код страны подачи по стандарту ВОИС ST. 3 (при испрашивании конвенционного приоритета)
1.		
2.		
3.		

☐ Уплачена пошлина по ☐ подпункту ☐ подпунктам приложения № 1 к Положению о пошлинах.
 Сведения о плательщике (указывается ФИО или наименование юридического лица):
 Идентификаторы плательщика, указываемые в документе, подтверждающем уплату пошлины:
☐ Для **российского юридического лица**:
 ИНН:
 КПП:
☐ Для **российского индивидуального предпринимателя**:
 ИНН:
☐ Для **российского физического лица**:
 ИНН:
 СНИЛС:
 Вид, серия и номер документа, удостоверяющего личность плательщика:

☐ Для **иностранного юридического лица** (Идентификаторы указываются в одном из двух сочетаний)
☐ КИО (если имеется):
 КПП (если имеется):
☐ ИНН: (если имеется):
 КПП (если имеется):
☐ Для **иностранного физического лица**:
 ИНН:
 СНИЛС:
 Вид, серия и номер документа, удостоверяющего личность плательщика:
☐ Гражданство (по общероссийскому ☐ Без гражданства классификатору стран мира):

Перечень прилагаемых документов:	Кол-во листов	Кол-во экз.
<input type="checkbox"/> заявляемое обозначение		
<input type="checkbox"/> перечень товаров и (или) услуг		
<input type="checkbox"/> устав коллективного знака, если заявка подается на коллективный знак		
<input type="checkbox"/> документ, подтверждающий уплату пошлины (представляется по инициативе заявителя)		
<input type="checkbox"/> перевод на русский язык документов, прилагаемых к заявке		
<input type="checkbox"/> доверенность, удостоверяющая полномочия представителя		
<input type="checkbox"/> согласие представителя заявителя на обработку его персональных данных		

Дополнительные сведения: ☐ свидетельство №
☐ на товарный знак, зарегистрированный ранее
☐ об исключительном праве на наименование места происхождения товара

Заявителю известно, что в соответствии с подпунктом 4 пункта 1 статьи 6 Федерального закона от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных» Федеральная служба по интеллектуальной собственности осуществляет обработку персональных данных субъектов персональных данных, указанных в заявлении, в целях и объеме, необходимых для предоставления государственной услуги.

Заявитель подтверждает наличие согласия других субъектов персональных данных, указанных в заявлении (за исключением согласия представителя), на обработку их персональных данных, приведенных в настоящем заявлении, в Федеральной службе по интеллектуальной собственности в связи с предоставлением государственной услуги. Согласия оформлены в соответствии со статьей 9 Федерального закона от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных».

Заявителю известно, что с информацией о состоянии делопроизводства, в том числе о направленных заявителю документах, можно ознакомиться на сайтах Роспатента (www.rupto.ru) и ФИПС (www.fips.ru) в сети Интернет.

Заявитель подтверждает достоверность информации, приведенной в настоящем заявлении.

Подпись

(Подпись, фамилия, имя и отчество (последнее – при наличии) заявителя или представителя заявителя, или иного уполномоченного лица с указанием должности лица, подписавшего документ (для юридических лиц), дата подписи (при подписании от имени юридического лица подпись руководителя или иного уполномоченного лица удостоверяется печатью при наличии)

Свидетельство на товарный знак

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ



СВИДЕТЕЛЬСТВО
на товарный знак (знак обслуживания)
№ 363533



Правообладатель: *Закрытое акционерное общество "МИФОРС",
426000, Удмуртская Республика, г.Ижевск, ул.Пушкинская,
253, к.61 (RU)*

Заявка № 2007727085
Приоритет товарного знака 31 августа 2007 г.
Зарегистрировано в Государственном реестре
товарных знаков и знаков обслуживания
Российской Федерации 29 октября 2008 г.
Срок действия регистрации истекает 31 августа 2017 г.



Руководитель Федеральной службы по интеллектуальной
собственности, патентам и товарным знакам



Б.П. Симонов

Составитель
Дмитрий Борисович Шатько

ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ

Методические указания к практическим работам по дисциплинам
«Защита интеллектуальной собственности»,
«Интеллектуальная собственность», «Патентование»
для обучающихся всех направлений подготовки и специальностей
всех форм обучения

В авторской редакции

Подписано в печать 28.02.2022. Формат 60×84/16.

Бумага офсетная. Отпечатано на ризографе. Уч.-изд. л. 0,8.

Тираж ____ экз. Заказ _____.

Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева. 650000, Кемерово, ул. Весенняя, 28.

Издательский центр Кузбасского государственного технического универ-
ситета имени Т. Ф. Горбачева. 650000, Кемерово, ул. Д. Бедного, 4А.