

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ»**

УТВЕРЖДАЮ

Ректор РГАИС

А.О. Аракелова

«__» _____ 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**

**«РЕГИОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ И
ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ
ТЕРРИТОРИЙ»**

Направление подготовки: 40.04.01 «Юриспруденция»

Профиль: «Правовое регулирование интеллектуальной собственности»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения – очная, очно-заочная, заочная

Разработчики: доцент кафедры «Патентного права и правовой охраны средств индивидуализации», к.ю.н. Терещенко О.И.; зав. кафедрой «Управления инновациями и коммерциализации интеллектуальной собственности» д.э.н., доцент Смирнова В.Р. // Региональный брендинг и инновационное развитие территорий. Рабочая программа учебной дисциплины предназначена для обучающихся по направлению 40.04.01 «Юриспруденция». — М.: Российская государственная академия интеллектуальной собственности (РГАИС), кафедра «Управления инновациями и коммерциализации интеллектуальной собственности», 2021.- 35 с.

Согласовано:

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и рекомендована на заседании кафедры «Управления инновациями и коммерциализация интеллектуальной собственности»

Протокол № 1 от «27» августа 2021 г.

Заведующий кафедрой: Смирнова В.Р. _____ «__» _____ 2021 г.
(подпись)

© ФГБОУ ВО РГАИС, 2021

© Терещенко О.И.

© Смирнова В.Р.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель и задачи дисциплины

Курс «Региональный брендинг и инновационное развитие территорий» ставит своей целью формирование знаний о создании привлекательности территорий РФ за счет их позиционирования на рынке и обеспечения конкурентоспособных охраняемых брендов, результатов интеллектуальной деятельности.

Дисциплина является кросснисшевой за счет одновременного изучения инструментов юриспруденции и менеджмента. Подобный подход обуславливает актуальность изучения тематик дисциплины и соответствует мировым трендам.

Для достижения указанной цели необходимо решить следующие задачи:

- исследовать позиционирование на рынке регионов России с точки зрения их узнаваемости среди потребителей и привлекательности для туристов;
- обозначить возможности региона для капитализации своих нематериальных ресурсов путем обеспечения правовой охраны наиболее востребованных и узнаваемых объектов;
- изучить современное законодательство РФ, а также международный опыт в части регулирования отношений, возникающих в связи с охраной средств индивидуализации, имеющих географическую привязку;
- определить основные принципы, определяющие различия в объеме правовой охраны результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации для формирования комплексной защиты;
- овладеть терминологией в изучаемой сфере.

1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Региональный брендинг и инновационное развитие территорий» изучается по направлению подготовки 40.04.01

«Юриспруденция» в части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.08), дисциплина реализуется на первом году обучения (очная форма – 2 семестр) и на втором году обучения (очно-заочная и заочная формы – 3 семестр).

Дисциплина изучается параллельно с базовой дисциплиной «Актуальные проблемы гражданского права», а также по итогам прохождения курса «Охрана средств индивидуализации». Дисциплина является основой для наращивания знаний в сфере права интеллектуальной собственности, позволяет глубоко и полно ознакомиться с общей концепцией исключительных прав.

Изучение курса «Региональный брендинг и инновационное развитие территорий» является необходимым условием для формирования у обучающихся навыков высококвалифицированного специалиста в области позиционирования на рынке узнаваемых элементов региона, обеспечения их правовой охраны.

Освоение курса позволит обучающимся овладеть необходимыми знаниями в отношении формирования региональных брендов, особенностей охраны и защиты.

1.3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Наименование компетенции	Индикатор компетенции	Полученные знания, умения, навыки		
		Знания	Умения	Навыки
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Анализирует и оценивает полноту и достаточность информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполняет и синтезирует недостающую информацию. УК-1.3. Разрабатывает альтернативные стратегии действий, в том числе в непривычных обстоятельствах, на	-знает основы системного подхода и критического анализа	-умеет отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок; принимать обоснованное решение, определять и оценивать практические последствия возможных решений задач; -умеет анализировать и оценивать	- обладает навыком систематизации результатов коллективной интеллектуальной деятельности; -обладает навыком разработки альтернативной стратегии действий, в том числе в непривычных обстоятельствах

	<p>основе критического анализа и системного подхода.</p> <p>УК-1.4. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок; принимает обоснованное решение, определяет и оценивает практические последствия возможных решений задач.</p> <p>УК-1.5. Систематизирует результаты коллективной интеллектуальной деятельности.</p>		<p>полноту и достаточность информации в ходе профессиональной деятельности</p>	ах
<p>УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>УК-2.1. Определяет цели проекта, расставляет приоритеты и эффективно использует имеющиеся ресурсы.</p> <p>УК-2.2. Составляет план действий с учетом возможных потенциальных препятствий, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач, в том числе с использованием современных цифровых технологий.</p> <p>УК-2.3. Решает конкретные задачи проекта на качественном уровне и в намеченные сроки;</p>			

	<p>способен адаптировать работы по проекту с учётом изменившихся обстоятельств.</p> <p>УК-2.4. Применяет и обосновывает соответствующие методы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла.</p> <p>УК-2.5. Формирует отчетность в установленные сроки в соответствии с установленными требованиями и публично представляет результаты проделанной работы.</p> <p>УК-2.6. Представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу.</p>			
<p>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>УК-3.1. Демонстрирует способность организовать работу коллектива.</p> <p>УК-3.2. Разрабатывает стратегию работы коллектива, определяет функции участников и расставляет приоритеты; гибко изменяет стратегию работы в зависимости от ситуации.</p>			

	<p>УК-3.3. Принимает управленческие решения в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений.</p> <p>УК-3.4. Демонстрирует способность нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива.</p>			
<p>УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка, родного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов).</p> <p>УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p>УК-4.3. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском, родном и иностранном (-ых) языке (-ах).</p> <p>УК-4.4. Ведет</p>			

	<p>деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия формате корреспонденции на государственном (-ых) и иностранном (-ых) языках.</p> <p>УК-4.5. Ведет устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p>УК-4.6. Демонстрирует умение применять терминологию в профессиональной деятельности на государственном (-ых) и иностранном (-ых) языках.</p>			
<p>УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК-5.1. Демонстрирует способность адаптироваться к условиям работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп.</p> <p>УК-5.2. Выбирает способ взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения поставленных задач в профессиональной деятельности.</p>			

	УК-5.3. Разрешает и предупреждает конфликтные ситуации в коллективе с учетом межкультурных и межконфессиональных различий.			
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1. Проявляет способность повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство, строить траекторию личностного и профессионального роста. УК-6.2. Демонстрирует способность вести успешную профессиональную, в том числе научно-исследовательскую деятельность. УК-6.3. Демонстрирует способность к самообразованию и использует предоставленные возможности для приобретения новых знаний и навыков.			
ПК-2. Способен разработать справочные и вспомогательные материалы по трансферу технологий и коммерциализации и прав на результаты интеллектуальной деятельности и	ПК-2.1. Применяет российское и международное законодательство в области интеллектуальной собственности и трансфера технологий. ПК-2.2. Использует различные методики сбора и			

<p>средства индивидуализации</p>	<p>обработки данных для планирования деятельности в области трансфера технологий и коммерциализации прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации.</p> <p>ПК-2.3. Определяет приоритетные направления коммерциализации прав на РИД в области науки и техники и СИ с целью разработки справочных и вспомогательных материалов.</p> <p>ПК-2.4. Использует полученные данные для разработки инвестиционных и инновационных проектов.</p>			
<p>ПК-3. Способен проводить патентный поиск и строить патентные ландшафты с целью выявления технологических направлений развития</p>	<p>ПК-3.1. Применяет законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности.</p> <p>ПК-3.2. Проводит информационно-аналитический поиск с использованием научных публикаций, новостных лент институтов развития, материалов выставок-ярмарок, аналитических и прогнозных</p>			

	<p>докладов, патентных справочных систем (баз данных).</p> <p>ПК-3.3. Строить патентные ландшафты с целью выявления технологических направлений развития.</p> <p>ПК-3.4. Обрабатывает и анализирует официальные (государственные) статистические данные из отечественных и зарубежных источников об уровне развития науки, техники и технологий, входящих в сферу интеллектуальной собственности.</p>			
<p>ПК-5. Способен выстраивать коммуникации в профессиональной деятельности и формулировать правовую позицию</p>	<p>ПК-5.1. Использует информационно-коммуникационные технологии в процессе решения стандартных коммуникативных задач.</p> <p>ПК-5.2. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию.</p> <p>ПК-5.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем с учетом</p>			

	<p>профессиональной юридической лексики.</p> <p>ПК-5.4. Ведет устные деловые переговоры и представляет интересы в суде и иных государственных органов.</p> <p>ПК-5.5. Демонстрирует умение применять юридическую терминологию в профессиональной деятельности при формулировании правовой позиции.</p>			
<p>ПК-7. Способен организовывать мероприятия по пресечению реализации контрафактной продукции и защите интеллектуальной собственности</p>	<p>ПК-7.1. Использует в профессиональной деятельности знания гражданского, административного, уголовного и процессуального законодательства.</p> <p>ПК-7.2. Выявляет случаи реализации контрафактной продукции и принимает меры по защите интеллектуальных прав.</p> <p>ПК-7.3. Организует превентивные мероприятия по пресечению реализации контрафактной продукции и иного нарушения интеллектуальных прав.</p>			

**2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ
ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА
АКАДЕМИЧЕСКИХ (АСТРОНОМИЧЕСКИХ) ЧАСОВ ПО
ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ**

Виды занятий	Объем дисциплины		
	Форма обучения		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Объем зачетных единиц	6	6	6
Общая трудоемкость в часах	216	216	216
Аудиторные занятия	34	34	10
Лекции	6	6	4
Практические занятия (семинары)	28	28	6
Самостоятельная работа	182	182	206
Контроль	-	-	-
Форма контроля	Зачет	Зачет	Зачет

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

3.1. Учебно-тематический план курса и распределение часов по темам занятий

Очная форма обучения

№№ п/п	Наименование тем	Контролируемые компетенции и (или) их части	Всего	Аудиторные занятия, в т.ч.		Само- стоя- тель- ная работа
				лекции	практи- ческ ие заня- тия (семи нары, лабор аторн ые работ ы)	
1	Тема 1. Региональной законодательство в области инновационного развития и формирования имиджа территорий.	УК-1	2	1	1	-
2	Тема 2. Общие подходы к географии в разрезе интеллектуальных прав	УК-2	5	1	2	2
3	Тема 3. Географические названия в составе средств индивидуализации в России, на международном уровне и в зарубежных странах	УК-3	10	1	3	6
4	Тема 4. Формирование региональных брендов как драйвер развития экономики региона	УК-4	8	1	2	5
5	Тема 5. Процедуры регистрации товарных знаков, наименований мест происхождения товаров и географических указаний в России	УК-5	13	-	8	5
6	Тема 6. Стратегия формирования портфеля охраноспособных результатов интеллектуальной деятельности в регионе	ПК-2	9	1	4	4

7	Тема 7. Жизненный цикл результатов интеллектуальной деятельности региона: управление регистрациями	ПК-3	4	0	2	2
8	Тема 8. Инновационное развитие регионов: экономико-правовой аспект	ПК-5	11	1	4	6
9	Тема 9. Тренды развития регионов, профессиональные сообщества, цифровые решения	ПК-5	10	0	4	6
ИТОГО:			72	6	30	36

**Общий удельный вес интерактивной формы проведения занятий по дисциплине составляет 14 академических часов, что составляет 39% от общего количества аудиторных занятий.*

Заочная форма обучения

№№ п/п	Наименование тем	Контролируемые компетенции и (или) их части	Всего	Аудиторные занятия, в т.ч.		Самостоятельная работа
				лекции	практические занятия (семинары, лабораторные работы)	
1	Тема 1. Региональное законодательство в области инновационного развития и формирования имиджа территорий.	УК-1	1	1	0	0
2	Тема 2. Общие подходы к географии в разрезе интеллектуальных прав	УК-2	8	1	1	6
3	Тема 3. Географические названия в составе средств индивидуализации в России, на международном уровне и в зарубежных странах	УК-3	9	1	2	6
4	Тема 4. Формирование региональных	УК-4	8	0	2	6

	брендов как драйвер развития экономики региона					
5	Тема 5. Процедуры регистрации товарных знаков, наименований мест происхождения товаров и географических указаний в России	УК-5	9	0	3	6
6	Тема 6. Стратегия формирования портфеля охраноспособных результатов интеллектуальной деятельности в регионе	ПК-2	9	0	3	6
7	Тема 7. Жизненный цикл результатов интеллектуальной деятельности региона: управление регистрациями	ПК-3	9	0	3	6
8	Тема 8. Инновационное развитие регионов: экономико-правовой аспект	ПК-5	9	1	2	6
9.	Тема 9. Тренды развития регионов, профессиональные сообщества, цифровые решения	ПК-5	10	0	2	8
ИТОГО:			72	4	18	50

**Общий удельный вес интерактивной формы проведения занятий по дисциплине составляет 8 академических часов, что составляет 36% от общего количества аудиторных занятий.*

3.2. Учебная программа дисциплины (модуля)

Тема 1. Региональное законодательство в области инновационного развития и формирования имиджа территорий. УК-1

Обзор нормативных актов регионов в области инновационного развития. Стратегии инновационного развития на федеральном и региональном уровнях.

Тема 2.

Общие подходы к географии в разрезе интеллектуальных прав.

Классификация географических названий. Современные, исторические, официальные и неофициальные, полные, сокращенные наименования стран, поселений, местностей, других географических объектов. Виды объектов интеллектуальных прав, предназначенных для охраны географических названий. Сущность и содержание понятий: товарный знак, бренд. Субъекты правоотношений.

Тема 3.

Географические названия в составе средств индивидуализации в России, на международном уровне и в зарубежных странах.

Рекомендации по региональному брендингу Всемирной организации интеллектуальной собственности. Виды объектов интеллектуальных прав в мире, имеющих отношение к охране географических названий. Известные региональные бренды.

Тема 4. Формирование региональных брендов как драйвер развития экономики региона.

Отыскание узнаваемых объектов региона. Привлечение туристов. Монетизация исключительных прав на узнаваемые объекты региона через распоряжение и защиту исключительных прав. Правовое регулирование регионального брендинга.

Тема 5. Процедуры регистрации товарных знаков, наименований мест происхождения товаров и географических указаний в России.

Этапы регистрации товарных знаков, наименований мест происхождения товаров, географических указаний, особенности процедур. Специализированные базы данных в отношении объектов, имеющих географическую привязку и относящихся к сфере интеллектуальной собственности.

Тема 6. Стратегия формирования портфеля охраноспособных результатов интеллектуальной деятельности в регионе.

Успешные российские практики. Разнообразие подходов к регистрации, управлению, монетизации прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации в различных регионах, в том числе за рубежом. Оптимизация расходов путем оценки потенциальной охраноспособности. Инструменты проведения поиска.

Тема 7. Жизненный цикл результатов интеллектуальной деятельности региона: управление регистрациями.

Эффективное управление портфелем зарегистрированных результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации.

Тема 8. Инновационное развитие регионов: экономико-правовой аспект.

Критерии определения рейтинга регионов России по уровню инновационного развития. Стартапы, конкурсы, инвестиционные проекты, меры государственной и региональной поддержки предпринимательства и инноваций. Система измерения капитала бренда. Оценка бренда в РФ.

Тема 9. Тренды развития регионов, профессиональные сообщества, цифровые решения.

Формирование интеграционных ассоциаций и кластеров в целях развития инноваций. Коммуникационные инструменты воздействия на потребителей.

3.3. Активные и интерактивные формы проведения занятий

В качестве активных форм проведения занятий по дисциплине предлагается две формы: лекция-беседа и консультационная работа преподавателя. Выбор интерактивной формы предоставляется непосредственно преподавателю.

Лекция-беседа предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Неоспоримым преимуществом лекции-беседы является возможность расширить круг мнений сторон, привлечь коллективные знания и опыт, что имеет большое значение в активизации мышления обучающихся. Вопросы преподаватель может адресовать как всей аудитории, так и кому-то конкретно. Они могут быть как простые, способные сосредоточить внимание на отдельных важнейших элементах темы, так и проблемные. Обучающиеся, продумывая ответ на заданный вопрос, получают возможность самостоятельно прийти к тем выводам и обобщениям, которые преподаватель должен был сообщить им в качестве новых знаний, либо понять глубину и важность обсуждаемой проблемы, что повышает интерес и степень восприятия материала.

Консультационная работа преподавателя предполагает два вида консультаций: групповые и индивидуальные. На групповой консультации преподаватель называет тему предстоящего семинарского занятия, вопросы и порядок их обсуждения; дает краткий обзор источников и раскрывает их значение для наиболее полного рассмотрения соответствующих теоретических проблем. При этом он обращает внимание на наиболее сложные вопросы, на которые нужно обратить

более пристальное внимание при разборе темы, дает советы о путях их преодоления; рекомендует наиболее целесообразные способы организации самостоятельной работы. Проведение индивидуальных консультаций проводится преподавателем в специально отведенное время. В этом случае к нему за помощью могут обратиться как те, кто испытывает трудности в изучении данной темы, так и обучающиеся, которые хотели бы более глубоко разобраться в вопросах семинара.

Интерактивное обучение по дисциплине предполагает: регулярное обновление и использование электронных учебно-методических материалов; использование современных мультимедийных средств обучения; проведение аудиторных занятий в режиме реального времени посредством Интернета, когда обучающиеся и преподаватели имеют возможность не только слушать лекции, но и обсуждать ту или иную тематику, участвовать в прениях и т.д.

С целью качественной подготовки обучающихся по представленной дисциплине предполагается изучение дисциплины в следующих интерактивных формах: 1) работа в малых группах; 2) дискуссия.

Работа в малых группах – это одна из самых популярных стратегий, так как она дает всем обучающимся (в том числе и стеснительным) возможность участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения (в частности, умение активно слушать, вырабатывать общее мнение, разрешать возникающие разногласия). Все это часто бывает невозможно в большом коллективе. Работа в малой группе — неотъемлемая часть многих интерактивных методов, например таких, как мозаика, дебаты, общественные слушания, почти все виды имитаций и др.

При организации групповой работы, следует обращать внимание на следующие ее аспекты. Нужно убедиться, что обучающиеся обладают знаниями и умениями, необходимыми для выполнения группового задания. Нехватка знаний очень скоро даст о себе знать — обучающиеся не станут прилагать усилий для выполнения задания. Надо стараться сделать свои инструкции максимально четкими. Маловероятно, что группа сможет воспринять более одной или двух, даже очень четких, инструкций за один раз, поэтому надо записывать инструкции на доске и (или) карточках. Надо предоставлять группе достаточно времени на выполнение задания.

Дискуссия как метод интерактивного обучения успешно применяется в российской системе образования. Метод дискуссии (учебной дискуссии) представляет собой «вышедшую из берегов» эвристическую беседу. Смысл данного метода состоит в обмене взглядами по конкретной проблеме. Это активный метод, позволяющий научиться отстаивать свое мнение и слушать других.

Обычно предполагается, что из мышления рождается ответ на высказывание оппонента в дискуссии, поэтому разномыслие и рождает дискуссию. Однако дело обстоит как раз наоборот: спор, дискуссия рождает мысль, активизирует мышление, а в учебной дискуссии к тому же обеспечивает сознательное усвоение учебного материала как продукта мыслительной его проработки.

Метод дискуссии используется в групповых формах занятий: на семинарах-дискуссиях, собеседованиях по обсуждению итогов выполнения заданий на практических и лабораторных занятиях, когда обучающиеся нужно высказываться. На лекции дискуссия в полном смысле развернуться не может, но дискуссионный вопрос, вызвавший сразу несколько разных ответов из аудитории, не приведя к выбору окончательного, наиболее правильного из них, создает атмосферу коллективного размышления и готовности слушать преподавателя, отвечающего на этот дискуссионный вопрос.

Дискуссия на семинарском (практическом) занятии требует продуманности и основательной предварительной подготовки обучаемых. Нужны не только хорошие знания (без них дискуссия беспредметна), но также наличие у обучающихся умения выражать свои мысли, четко формулировать вопросы, приводить аргументы и т. д. Учебные дискуссии обогащают представления обучающихся по теме, упорядочивают и закрепляют знания.

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Контрольные вопросы для самостоятельной работы (самоконтроля) студентов

1. Законодательное регулирование территориального брендинга и инновационного развития территорий на федеральном и региональном уровнях.

2. Регулирование объектов интеллектуальных прав, включающих географическое наименование, в зарубежных странах.

3. С какими проблемами сталкиваются регионы при создании брендов?

4. Региональные, муниципальные, территориальные бренды: сходства, различия.

5. Понятие географического указания и наименования места происхождения товаров.

6. Особенности административной процедуры регистрации географического указания.

7. Особенности административной процедуры регистрации наименования места происхождения товаров.

8. Инструменты выявления региональных брендов.

9. Инструменты повышения инновационной деятельности в регионе.

10. Каковы составляющие капитала бренда, силы бренда, привлекательности бренда?

11. Каким образом можно повысить осведомленность о бренде региона?

12. Каковы основные принципы управления портфелем брендов?

13. В чем состоит превосходство глобальных брендов над местными?

В чем глобальные бренды уступают местным?

14. Классификация географических названий. Современные, исторические, официальные и неофициальные, полные, сокращенные наименования стран, поселений, местностей, других географических объектов.

15. Успешные кейсы и портфели регионов в отношении особых товаров, презентующих регион на общероссийском уровне.

16. Деятельность Роспатента по содействию продвижению и повышению привлекательности брендов территорий.

17. Критерии определения рейтинга регионов России по уровню инновационного развития.

18. Предварительный поиск, оценка охраноспособности, определение круга объектов интеллектуальных прав, получение правовой охраны которых является целесообразным.

19. Повышение туристической привлекательности, экономических показателей, репутации региона за счет регистрации прав на объект интеллектуальной собственности.

20. Отнесение элементов брендинга региона к товарному знаку, знаку обслуживания, географическому указанию, наименованию места происхождения товаров.

4.2. Методические рекомендации по самостоятельному изучению курса (дисциплины)

Основной формой самостоятельной работы студента является изучение конспекта лекций, их дополнение материалами рекомендованной литературы и нормативных актов, подготовка к участию в практических занятиях, в том числе изучение кейсов, формирование позиции по отдельным вопросам на основании собственных суждений, обработка и структурирование материала, предложенного преподавателем.

Самостоятельная работа может быть как индивидуальной, так и коллективной (работа в группах).

Задания для самостоятельной работы выдаются во время занятий.

Для возможности своевременного самостоятельного выполнения заданий обучающемуся следует наладить определенный ритм работы и придерживаться его, чтобы обеспечить возможность полного и качественного освоения материала. Ритм - это регулярные самостоятельные занятия, желательно в одни и те же часы, при целесообразном чередовании занятий с перерывами на отдых. Ритм следует закрепить на весь семестр и приложить все усилия, чтобы поддерживать его неизменным (кроме исправления ошибок в планировании, которые могут возникнуть из-за недооценки объема работы или переоценки своих сил).

Являясь необходимым элементом дидактической связи различных методов обучения между собой, самостоятельная работа студентов призвана обеспечить более глубокое, творческое усвоение понятийного аппарата дисциплины, содержания основных нормативно-правовых актов и литературы по данному учебному курсу.

Обязательный элемент самостоятельной работы студентов с правовыми источниками – ведение необходимых записей в виде конспекта, тезисов, аннотаций, резюме, плана.

Работа с литературой предполагает умение обучающихся выделять в ней необходимые акценты изучаемой темы.

4.3. Глоссарий

Географическое указание - обозначение, идентифицирующее происходящий с территории географического объекта товар, определенное качество, репутация или другие характеристики которого в значительной степени связаны с его географическим происхождением (характеристики товара). На территории данного географического объекта должна осуществляться хотя бы одна из стадий производства товара, оказывающая существенное влияние на формирование характеристик товара.

Знак обслуживания - обозначение, служащее для индивидуализации выполняемых юридическими лицами либо индивидуальными предпринимателями работ или оказываемых ими услуг.

Инновации – представляют собой создание нового знания либо ранее неизвестной комбинации уже существующих знаний, воплощенное в новых продуктах или технологических процессах.

Исключительное право на географическое указание - принадлежащее правообладателю право использования географического указания любым не противоречащим закону способом, в том числе путем размещения на товарах, этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации; на бланках, счетах, иной документации и в печатных изданиях, связанных с введением товаров в гражданский оборот; в предложениях о продаже товаров, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе; в сети "Интернет", в том числе в доменном имени и при других способах адресации.

Исключительное право на товарный знак (знак обслуживания) - принадлежащее лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), право использования товарного знака в любым не противоречащим закону способом, в том числе путем размещения 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 Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации; 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.

Коллективный знак - товарным знаком, предназначенный для обозначения товаров, производимых или реализуемых входящими в данное объединение лицами и обладающих едиными характеристиками их качества или иными общими характеристиками.

Лицензионный договор о предоставлении права использования товарного знака - документ, по которому 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, в отношении всех или части товаров, для которых зарегистрирован товарный знак.

Наименование места происхождения товаров - обозначение, представляющее собой современное или историческое, официальное или неофициальное, полное или сокращенное наименование страны, городского или сельского поселения, местности или другого географического объекта, включающее такое наименование или производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении товара, особые свойства которого исключительно определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами. На территории данного географического объекта должны осуществляться все стадии производства товара, оказывающие существенное влияние на формирование особых свойств товара.

Объект интеллектуальной собственности - результат интеллектуальной деятельности, которому может быть предоставлена правовая охрана в соответствии с законодательством России.

Охраненный документ на результат интеллектуальной деятельности и приравненное к нему средство индивидуализации - документ, удостоверяющий дату возникновения исключительного права на результат

интеллектуальной деятельности и приравненное к нему средство индивидуализации, его содержание (объем правовой охраны), владельца и/или автора (правообладателя).

Правообладатель - гражданин или юридическое лицо, обладающие исключительным правом на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации.

Распоряжение исключительным правом - деятельность правообладателя по отчуждению права по договору другому лицу или предоставлению другому лицу права использования соответствующими результатами интеллектуальной деятельности в установленных пределах.

Региональный бренд - наименование, символ или рисунок и их сочетание, позволяющие идентифицировать регион с его историческими традициями, отражающий характерные особенности, за счет которых регион получил признание и известность среди жителей, гостей, туристов региона.

Результат интеллектуальной деятельности - выраженный в объективной форме продукт интеллектуальной деятельности.

Товарный знак - обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак.

Управленческое решение – директивный акт целенаправленного воздействия на объект управления, основанный на анализе достоверных данных, характеризующих конкретную ситуацию, определение цели действий, и содержащий программу достижения поставленной цели.

Эффективность – результативность процесса, операции или проекта, определяемая как отношение итогового значения к затратам, обусловившим его получение.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

5.1. Список вопросов к зачету

1. Правовая сущность наименования места происхождения товаров и географического указания: сходства и различия в объектах.
2. Различительная способность и ложность, товарных знаков, включающих географические названия.
3. Субъекты прав на товарные знаки, наименования места происхождения товаров и географические указания, сроки правовой охраны, возможности пролонгации и прекращения прав.
4. Соотношение правовой охраны товарных знаков и наименований мест происхождения товаров.
5. Возможность регистрации в качестве товарных знаков обозначений, включающих муниципальную или государственную символику, символику субъекта РФ.
6. Управление регистрацией на товарный знак как способ монетизации исключительного права.
7. Классификация объектов исключительных прав в разрезе регионального брендинга.
8. Названия и изображения особо охраняемых объектов природного и культурного наследия в составе товарных знаков.
9. Критерии эффективности использования результатов интеллектуальной деятельности в регионах РФ.
10. Нормативно-правовое регулирование брендинга территорий на федеральном уровне.
11. Нормативное регулирование брендинга и инноваций на региональном уровне.
12. Особенности административной процедуры регистрации

географического указания.

13. Особенности административной процедуры регистрации наименования места происхождения товаров.

14. Инструменты выявления региональных брендов.

15. Алгоритмы и инструменты повышения осведомленности о бренде региона.

16. Классификация географических названий. Современные, исторические, официальные и неофициальные, полные, сокращенные наименования стран, поселений, местностей, других географических объектов.

17. Успешные кейсы регистрации и продвижения особых товаров, презентующих регион.

18. Критерии определения рейтинга регионов России по уровню инновационного развития.

19. Предварительный поиск, оценка охраноспособности, отнесение выявленных объектов к тому или иному объекту интеллектуальной собственности.

20. Повышение туристической привлекательности, экономических показателей, репутации региона за счет регистрации прав на объект интеллектуальной собственности.

5.2. Примерный список тем письменных работ по дисциплине (рефератов, эссе, контрольных работ)

1. Источники роста коммерциализации интеллектуальной собственности в регионах.

2. Перспективы развития регионального брендинга в России.

3. Минеральные воды России: охраняемые названия мест происхождения и знаменитые источники.

4. Природные минералы России: будущее правовой охраны.

5. Алкогольная продукция России: известные марки, география, узнаваемость за рубежом.
6. Продукты питания, имеющие особую репутацию среди потребителей за счет своего происхождения в регионах России.
7. Художественные изделия и традиционные промыслы России.
8. Сохранение наследия культуры России в предметах одежды, вязаных и вышивных изделиях, имеющих особые свойства и качества.
9. Изделия народного промысла России.
10. Традиции в культуре создания игрушек и музыкальных инструментов России.

6. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основная литература

1. Китайский В.Е. Правовая охрана народных промыслов и традиционных продуктов России. Монография - М.: Российский государственный институт интеллектуальной собственности (РГИИС), 2006 г. - 256 с.
2. Право интеллектуальной собственности [Текст] : учебник / [Бадулина Е. В., Гаврилов Д. А., Гринь Е. С. и др.] ; под общей редакцией доктора юридических наук, профессора Л. А. Новоселовой. - 2-е изд. - Москва : Статут, 2018. - 510 с.
3. Экономика и коммерциализация интеллектуальной собственности: учебник / В. И. Мухопад. — М.: Магистр: ИНФРА-М, 2016. — 512 с. // [Электронный ресурс] – URL: <http://lib.rgiis.ru/files/2019/ehkonomika-i-kommercializaciya-intel-sobst.pdf>

Дополнительная литература

1. Агаева К.А., Близнец И.А., Борисова М.С. и др. Интеллектуальная собственность в современном мире : монография / К.А. Агаева, И.А. Близнец, М.С. Борисова и др.; под ред. И.А. Близнеца; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская государственная академия интеллектуальной собственности». - Москва : Проспект, 2017. - 669 с.
2. Борисова В. Ростовская эмаль (Фотосъемка Фирсов А.) / Альбом из серии «Шедевры народного искусства России». - М.: «Интербук», 1995. - 159 с.

3. Воинов А.И. Проблемы и перспективы венчурного инвестирования в России // Страховое дело, 2018. – № 7. – С. 9-16.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015) (принят Государственной Думой 21 октября 1994 г.) // «Собрание законодательства РФ», 05.12.1994, № 32, ст. 3301.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 29.07.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2015) (принят Государственной Думой 22 декабря 1995 г.) // «Собрание законодательства РФ», 29.01.1996, № 5, ст. 410.
6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 № 146-ФЗ (ред. от 03.08.2018) (принят Государственной Думой 1 ноября 2001 г., одобрен Советом Федерации 14 ноября 2001 г.) // «Собрание законодательства РФ», 03.12.2001, № 49, ст. 4552.
7. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 23.05.2018) (Принята Государственной Думой 24 ноября 2006 г., Одобрена Советом Федерации 8 декабря 2006 г.) // «Собрание законодательства РФ», 25.12.2006, № 52 (1 ч.), ст. 5496.
8. Джемаркян В., Корчагин А. Охрана наименований природных продуктов. // Интеллектуальная собственность. 1997. № 7-8. - с. 34
9. Емельянова Т.И. Декоративная роспись по дереву. ЗОЛОТАЯ ХОХЛОМА // Альбом из серии «Шедевры народного искусства России». - М.: «Интербук», 2001. - 168 с.
10. Руководство по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака, утверждено приказом Федерального института промышленной собственности от 20.01.2020 № 12. [Электронный ресурс]: URL: <https://www1.fips.ru/documents/guidelines/rucov-tz.pdf>.

11. Теория и практика управления интеллектуальной собственностью в цифровой экономике: учебное пособие / под ред. Е.Л. Богдановой и Т.Г. Максимовой. – СПб: ООО «Паллада-медиа», 2019. – 610 с.

12. Ивлиев Г.П. Трансформация сферы интеллектуальной собственности в современных условиях. М.: Издательский Дом «Городец», 2020. - 336 с.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННО- СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Обучающимся обеспечен доступ к электронной информационно-образовательной среде, включающей электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств и обеспечивает освоение образовательных программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся - официальный сайт РГАИС - <http://rgiis.ru>.

Обучающиеся имеют доступ к площадке виртуального кампуса РГАИС - sofadoma.ru, содержащему учебно-методические материалы, архивы дисциплины, презентационный материал.

Учебные аудитории оснащены компьютерами, мультимедиа-проекторами. Все компьютеры РГАИС оснащены лицензионным программным обеспечением (операционной системой Microsoft Windows, офисным пакетом Microsoft Office, антивирусной системой Касперского). На территории вуза реализована возможность подключения к сети wi-fi.

Также студенты имеют возможность ознакомления со справочно-поисковыми ресурсами в зале Библиотеки РГАИС.

Для обучающихся обеспечен дистанционный доступ к актуальным нормативным актам, современным профессиональным базам данных, специализированным ресурсам, информационным справочным системам:

1. Официальный сайт Министерства образования и науки Российской Федерации - <https://minobrnauki.gov.ru>.
2. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации - <https://www.economy.gov.ru>.

3. Официальный сайт Федеральной службы по интеллектуальной собственности - <https://rospatent.gov.ru/>.
4. Официальный сайт Федерального института промышленной собственности, включающий реестры средств индивидуализации - <https://fips.ru>, <https://fips.ru/registers-web/>.
5. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы - <https://fas.gov.ru/>.
6. Официальный сайт Федеральной служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций - <http://rkn.gov.ru>.
7. Официальный сайт Суда по интеллектуальным правам - <http://ipc.arbitr.ru>.
8. Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru/>
9. Федеральный портал «Российское образование» - <http://www.edu.ru/>.
10. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru/>
11. Официальный сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности - <https://www.wipo.int/portal/en/index.html>
12. Сеть интеллектуальной собственности Европейского союза - <https://www.tmdn.org>.
13. Ресурс, содержащий актуальные данные по Международной классификации товаров и услуг - mktu.info.
14. Официальный сайт ЮНЕСКО <http://whc.unesco.org/ru/list>
15. Совершенствование международной системы правовой охраны наименований мест происхождения товаров и географических указаний - https://rospatent.gov.ru/press/news_archive/inform2015/present_konf/Gorlenko.pdf

16. Урошлева А. Географические указания: что нужно знать о новом виде средств индивидуализации товаров и перспективах регионального развития - <https://www.garant.ru/article/1288015/>

17. Министерство экономического развития Российской Федерации. Региональные бренды. Инфографика - https://www.economy.gov.ru/material/infographics/region_brends.html

18. Министерство экономического развития Российской Федерации. Концепция продвижения национального и региональных брендов товаров и услуг отечественного производства на 2007-2008 годы - <http://old.economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/brends/doc201001081527>