

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

ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В РЕКЛАМІ

Навчальний посібник

327117



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;

Каложний 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 договором 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 піар-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

