

Съдържание

Увод	7
Първа тема	
Системата "реклама – дизайн – фирмен стил". Същност, взаимовръзки и позиционирането им в маркетинговата стратегия на фирмата. Икономически цели и бизнес стратегии. Фирмена идентичност и диференциация, конкурентоспособност и имидж.....	11
Втора тема	
Печатна реклама. Същност и елементи. Печатни, търговски материали и документи, постери и плакати, стикери и баджове – същност, дизайн и фирмен стил. Закрила на печатната реклама като интелектуална собственост. Рекламното послание като обект на авторско право. Текстовите съобщения и графичните решения в рекламното послание като интелектуален продукт. Възникване и упражняване на права	39
Трета тема	
Външна реклама. Същност и елементи. Табели, трансперанти, билбордове и знамена, реклама върху транспортни средства – същност, дизайн и фирмен стил. Закрила на външна реклама като интелектуална собственост. Закрила като графичен дизайн и като промишлен дизайн. Същност и натрупване на закрилата.....	47
Четвърта тема	
Медийна реклама – същност и елементи. Реклама в печатни медии, реклама в радио и телевизия – същност, цели и закрила като интелектуална собственост. Елементи на рекламното послание – словни и визуални, логотипи и фирмени знаци като интелектуална собственост. Закрила на елементите на рекламното послание като дизайн, марка и бизнес индикация. Натрупване на закрилата. Синергичен ефект	57
Пета тема	
Интернет реклама. Същност и елементи. Уебдизайн и бизнес идентификация на фирмата. Закрила на елементите на интернет рекламата като софтуерен продукт, дизайн и марка. Натрупване на закрилата. Синергичен ефект.....	71

Шеста тема

Мултимедийна реклама. Същност и елементи.

Електронни визитки и продуктови каталози, презентации и рекламни клипове.

Аудио-визуални елементи в рекламното послание – същност и закрила като интелектуална собственост. Натрупване на закрилата чрез комбинация на обекти на авторски права и обекти на индустриална собственост.

Синергичен ефект 89

Седма тема

Сувенирна реклама. Същност и елементи. Пишещи устройства, запалки,

табакери, тениски, чаши, игри и други. Лога и фирмени знаци – същност

и закрила като интелектуална собственост. Натрупване на закрилата

чрез комбинация на обекти на авторски права и обекти

на индустриална собственост. Синергичен ефект 96

Осма тема

Упражняване на правата върху интелектуална собственост в рекламата.

Лицензиране на права. Стратегии и икономически ефект 103

Девета тема

Нарушение на права върху интелектуална собственост в областта на рекламата.

Пиратство и плагиатство в рекламата. Форми на защита при нарушени права.

Гражданскоправен, административноправен и наказателен способ 131

Десета тема

Международни договори и регионални регламенти

в интелектуалната собственост, отнасящи се до рекламата. Основни положения 156

Заклучение 192

Литература 193

Фирмени приложения 197