

《知识产权法律理论与律师实务》

图书基本信息

书名：《知识产权法律理论与律师实务》

13位ISBN编号：9787801983572

10位ISBN编号：7801983572

出版时间：2006-3

出版社：知识产权出版社

作者：项先权

页数：364

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《知识产权法律理论与律师实务》

内容概要

知识产权法律理论与律师实务，ISBN：9787801983572，作者：项先权编著

《知识产权法律理论与律师实务》

作者简介

项先权，浙江台州人，法学博士。1983年起从事律师职业，现为浙江新台州律师事务所主任暨杭州分所执行主任，台州市律师协会副会长。主要学术成果：《房地产法律理论与律师实务》（主编）；《公司法律理论与律师实务》（主编）。

书籍目录

绪论第一章 商标法律理论与律师实务 第一节 商标的概念及其注册、变更、转让、续展 一、商标的基本概念及分类 二、商标的申请、异议、续展、转让程序及其文书格式 第二节 商标权的法律保护 一、商标权概述 二、侵犯商标权的行为及其救济方法 三、商标权转让中的法律问题 四、商标使用许可中的法律问题 第三节 法律对驰名商标的特殊保护及驰名商标的认定 一、驰名商标的含义 二、我国保护驰名商标的历史进程 三、中国法律给予驰名商标的特殊保护 四、驰名商标认定的标准 五、认定驰名商标的机构及途径 六、驰名商标与商号、域名纠纷 七、驰名商标的反淡化保护 第四节 人世后中国企业的商标战略 一、提高商标意识，强化商标观念，配备专门人才 二、增强商标注册意识，坚持“先注册，后使用” 三、注重商标设计战略，不搭他人商标“便车” 四、同时使用著作权或专利权保护自己的商标权 五、把企业字号和企业核心商标“拧成一股绳” 六、注册使用联合商标和防御商标 七、及时进行商标续展工作 八、积极进行商标域外注册 九、强化维权意识，建立维权队伍 第五节 地理标志保护法律理论及实务 一、地理标志保护的法律理论 二、地理标志的国际保护 三、我国地理标志保护的立法与实践 第六节 案例评析 一、雅马哈发动机株式会社诉天津港田集团公司、天津港田发动机有限公司侵犯商标专用权纠纷案评析 二、北京同仁堂（集团）有限公司诉温州叶同仁堂药品零售连锁有限公司侵犯驰名商标案评析 三、杜邦公司（美国）诉北京国网信息有限公司计算机网络域名纠纷案评析第二章 专利法律理论与律师实务 第一节 专利权概述 第二节 专利权的客体 一、发明 二、实用新型 三、外观设计 第三节 授予专利权的实质条件 一、授予发明、实用新型专利权的实质条件 二、授予外观设计专利权的实质条件 第四节 专利申请权及专利权的归属 一、专利归属的基本原则 二、各种具体情况下的专利归属原则 第五节 专利权的内容与限制 一、专利权的内容 二、专利权的限制 三、专利权的期限、终止和无效 第六节 专利侵权构成要件及法律后果 一、专利侵权的形态 二、专利侵权构成要件 三、专利侵权纠纷的解决途径 四、专利侵权的法律后果 第七节 专利与技术标准 一、技术标准的含义和分类 二、技术标准的重要意义 三、企业面对事实标准、私有协议的对策 第八节 案例评析 一、王永光与淄博衍增电器有限公司等专利侵权纠纷案评析 二、广州市好太太实业有限公司与国家知识产权局专利复审委员会专利无效行政纠纷案 三、北京市京海鹰矿山工程设备公司诉王梓奇等专利权权属纠纷案第三章 著作权法律理论与律师实务第四章 商业秘密保护法律理论与律师实务第五章 反不正当竞争法律理论与律师实务第六章 特许经营法律问题专题研究第七章 知识产权案件律师调查取证方法附录 中华人民共和国商标法 中华人民共和国专利法 中华人民共和国著作权法 中华人民共和国反不正当竞争法 商业特许经营管理办法

章节摘录

第一章 商标法律理论与律师实务 第一节 商标的概念及其注册、变更、转让、续展 一、商标的基本概念及分类 (一) 商标的基本概念及特征 世界知识产权组织 (World Intellectual Property Organization, 简称WIPO) 对商标的定义为: 商标是用来区别某一工业或商业企业或这种企业集团的商品的标志。国际保护工业产权协会 (AIPPI) 在柏林大会上曾对商标作出定义: 商标是用以区别个人或集体所提供的商品及服务的标记。我国对商标的定义为: 商标是指生产者、经营者为使自己的商品或服务与他人的商品或服务相区别, 而使用在商品及其包装上或服务标记上的, 由文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合, 以及上述要素的组合所构成的一种可视性标志。商标具有如下特征: (1) 商标是由文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合, 以及上述要素的组合的可视性标志。 (2) 商标是用于商品或服务上的标记, 与商品或服务不能分离, 并依附于商品或服务。 (3) 商标是区别于他人商品或服务的标志, 具有特别显著性的区别功能, 从而便于消费者识别。

精彩短评

- 1、还可以，就是内容粗糙一些，再精细一些就好了。
- 2、时不时有看武侠小说的感觉

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com