

<<知识产权法案例分析>>

图书基本信息

书名：<<知识产权法案例分析>>

13位ISBN编号：9787040218916

10位ISBN编号：7040218917

出版时间：2007-6

出版时间：高等教育出版社

作者：刘春田 主编

页数：281

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：<http://www.tushu007.com>

<<知识产权法案例分析>>

内容概要

本书是刘春田教授主编的普通高等教育“十一五”国家级规划教材、全国高等学校法学专业核心课程教材《知识产权法》(第三版)的配套教材。

教材以近十几年来全国各级人民法院审理的较为典型、并具有代表性或者具有争议的案例为基础,依据判决书,在对案件进行简要而全面描述的前提下,依据法理、法律规定做出适当的分析评论,以帮助读者理解知识产权法。

司法既是一种认识活动,也是一种创造活动,这种活动的结果无一不受到司法人员知识水平和实践能力的制约,因而无一例外是有局限的。

同理,研究者对案件的评析也是有局限的,但是这种研究,可以结合司法判决为我们认识问题提供更多的维度,以便为后学者提供多元的视角,从而获取相对全面、相对确定的知识。

<<知识产权法案例分析>>

书籍目录

第一编 著作权法 第一章 著作权的对象 第二章 著作权的内容 第三章 著作权的主体 第四章 著作权的限制
第二编 专利法 第五章 专利权的对象 第六章 授予专利权的条件 第七章 专利申请、审批制度 第八章 专利权的主体
第九章 专利权的内容及限制 第十章 专利权的保护 第三编 商标法 第十一章 商标权的取得 第十二章 代理与商标代理
第十三章 注册商标与他人的正当使用 第十四章 特殊标志的使用与保护 第十五章 商标权的保护 第四编 与知识产权有关的反不正当竞争行为
第十六章 不正当竞争行为的概念和性质 第十七章 与商业表征有关的不正当竞争 第十八章 与智力成果有关的不正当竞争
第五编 知识产权国际公约和世界贸易组织的知识产权协定 第十九章 概述 第二十章 世界贸易组织与贸易有关的知识产权协定

<<知识产权法案例分析>>

章节摘录

（三）被告是否取得原告广告语的专有使用权 应征的广告语入选后，征集者是否就当然取得了该广告语的专有使用权？

这是本案争议的第三个焦点。

从目前的实践来，这类案件可能会产生两种不同的结果：第一种结果，如果广告语征集者与应征者达成著作权归属协议，既作品的著作权归征集者所有，则广告征集者也即委托合同的委托人取得广告词的包括精神权利和财产权利在内的完整著作权，自然也就享有对广告词的专有使用权。

第二种结果，如果广告语征集者与应征者未达成著作权归属协议，或没有明确约定作品的著作权归属，则作品的著作权仍归应征者即委托合同的受托人所有。

那么按照《最高人民法院关于审理著作权民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第12条的规定：“按照著作权法第十七条规定委托作品著作权属于受托人的情形，委托人在约定的使用范围内享有使用作品的权利；双方没有约定使用作品范围的，委托人可以在委托创作的特定目的范围内免费使用该作品。

” 如果想在委托创作特定目的外使用该作品就应当和受托人签订著作权许可使用合同。

具体到本案，原告和被告没有就广告词的著作权归属做过约定，应属于上述第二种情况。

因此被告东方公司可以在委托创作的特定目的范围内免费使用该作品。

由于被告发起征集广告词的目的在于宣传公司。

因此被告在支付给原告奖金后在广播、电视、报刊、出租汽车、商品包袋等处使用该广告语的行为可以认定为是宣传公司，符合委托创作的目的，其可以免费使用原告创作的广告语。

因此原告向提出的法院，要求东方公司停止侵权行为，赔礼道歉，并赔偿经济损失人民币1万元的诉讼请求，法院没有支持的做法是正确的。

当然如果被告想在宣传本公司的目的外使用原告创作的广告语，如接受外地某公司的报价将广告语使用该外地公司的宣传用品上应当与原告签订著作权许可使用合同。

该种合同包括这样一些主要内容：许可使用作品的方式；许可使用的权利是专有使用权或者非专有使用权；许可使用的范围、期间；付酬标准和办法；违约责任等。

因此，本案被告的“ 其以奖金形式支付报酬后使用原告创作的广告语，是行使所有权的权能，并不构成对原告的侵权 ” 的反驳意见是错误的。

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:<http://www.tushu007.com>