

Федеральное государственное
бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Российский
университет транспорта (МИИТ)

Отличие бренда от торговой марки

Подготовила: студентка Филясова Л.А. ГРО-311

Что такое бренд?

- Бренд или брэнд (англ. brand, [brænd] — клеймо) — комплекс представлений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте либо услуге в сознании потребителя. Ментальная оболочка продукта или услуги. Бренд является абстрактным названием. Физическими составляющими (носителями) бренда является весь комплекс элементов фирменного стиля: название бренда (слово, словосочетание), логотип с принципами его построения, палитра фирменных цветов, поддерживающая фирменный стиль оригинальная графика, набор фраз, звуки, торговая марка и прочее.

Что такое товарный знак?

- товарный знак (ТЗ) - обозначение, способное отличать товары и услуги одних юридических или физических лиц от однородных товаров и услуг других юридических или физических лиц».



Товарная марка

- Товарный знак (также товарная марка или торговая марка; TM) — обозначение (словесное, изобразительное, комбинированное или иное) [1], «служащее для индивидуализации товаров [2] юридических лиц или индивидуальных предпринимателей». Законом признаётся исключительное право на товарный знак, удостоверяемое свидетельством на товарный знак. Правообладатель товарного знака имеет право его использовать, им распоряжаться [3] и запрещать его использование другими лицами (под «использованием» здесь подразумевается лишь использование в гражданском обороте и лишь в отношении соответствующих товаров и услуг [4], в отношении которых этот товарный знак зарегистрирован).
- Право на товарные знаки составляет одну из разновидностей объектов сферы прав интеллектуальной собственности и относится к правам на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг, предприятий и информационных систем (гл. 76 ГК РФ).
- Незаконное использование товарного знака влечет за собой гражданско-правовую (ст. 1515 ГК РФ), административную (ст. 14.10. КоАП РФ) и уголовную ответственность (ст. 180 УК РФ).



Составляющие удачного бренда

- Чувственные, физические ощущений (как бренд воспринимается органами чувств человека, как он выглядит, пахнет и т. д.);
- Рациональные (а именно: что бренд содержит в себе, принципы его функционирования);
- Эмоциональные (вызываемых брендом ассоциаций, психологических ощущений при пользовании им).



Главные отличия

1. Наличие эмоций
2. Бренд имеет заряд, либо положительный, либо отрицательный, либо сильный, либо слабый, а вот торговая марка его не имеет – она нейтральна.
3. Бренд есть, а торговая марка создается. Идея есть изначально, а торговой марки изначально нет.
4. Продолжительность жизни
5. Бренд создает деньги, а торговая марка нет