



КЛАССИФИКАЦИЯ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

*Подготовил:
Студент 204 группы
Грищенко Р.А.*

ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ

По объектам товарной информации

По форме представления товарной информации

По виду собственности владельца

Фирменные

Ассортиментные

Словесные

Буквенные

Цифровые

Объемные

Изобразительные

Комбинированные

обыкновенные

престижные

видовые

марочные

Индивидуальные

Коллективные

По форме выражения

- **Словесные товарные знаки** представляют собой оригинальные слова или их сочетания, выполненные в определенной графическо-шрифтовой манере. «Словесный товарный знак- это то, что классически называется «логотип». Словесные знаки состоят из слов, буквосочетаний, словосочетаний, предложений, а также их сочетаний. Словесные обозначения товарных знаков могут быть выполнены, например, на русском, английском или другом языке.
- Распространенными товарными знаками являются названия компаний или товаров, слоганы, лозунги, девизы или доменные имена веб сайтов.

SONY Sony

Google Google

IBM IBM

Coca-Cola Coca-Cola

intel Intel

WALT DISNEY Disney

По форме выражения

- **Изобразительные товарные знаки** состоят только из изображений и не содержат текст. К ним относятся реалистические изображения животных, предметов, природы, а также абстрактные композиции линий, пятен и любых фигур.
- Такие товарные знаки могут быть логотипом компании, наклейкой, плакатом, постером, персонажем, фирменным цветом, дизайном этикетки или упаковки товара, эмблемой.



По форме выражения

- **Объемные товарные знаки**, обычно, представляют собой сам товар или его упаковку (коробки, тубы, бутылки и т.п.). Однако, такие знаки не должны представлять собой форму товара, которая обусловлена главным образом свойством либо назначением товаров. Регистрация объемных товарных знаков возможна при наличии индивидуализирующих черт, например, специфической форма, не характерной для бутылки, коробки или флакона духов.



По форме выражения

- **Звуковой товарный знак** представляет собой фрагмент музыкального произведения, короткий оригинальный музыкальный звук, шум природного, бытового, промышленного или искусственно созданного происхождения. Примеры звуковых товарных знаков:
 - *мелодии мобильных телефонов Nokia, Sony Ericsson*
 - *позывные радиостанций, радиопрограмм*
 - *мелодии и заставки популярных телепередач*
 - *аудиологотипы.*



По форме выражения

- **Комбинированный товарный знак** — знак, состоящий из нескольких разных видов обозначений (комбинаций): изобразительных, словесных, объемных и т.д. Наиболее часто встречающиеся комбинированные товарные знаки состоят из словесного и изобразительного элемента, сочетания рисунка и слова, рисунка и букв, рисунка и цифр, слов и цифр и т. п. Как правило, указанные сочетания несут в себе смысловую нагрузку, а используемые элементы взаимно дополняют и поясняют друг друга, изобразительная часть иллюстрирует словесную часть знака.



По объектам

- **Товарный фирменный знак** (товарный знак в фирменном стиле) идентифицирует изготовителя товаров. Они обладают 2 подвидами: обыкновенными и престижными.
- **Обыкновенные** разрабатываются компанией самостоятельно уполномоченным лицом или специально назначенным дизайнером (к примеру, Nike).
- **Престижные** же не создаются самостоятельно, они предоставляются организациям за особые достижения (к примеру, Пермская гильдия добросовестных предприятий). Данный подвид регистрации не подлежит



По объектам

- **Ассортиментные товарные знаки** – это специальный вид товарных знаков, идентифицирующих ассортиментную принадлежность. Они также обладают 2 подгруппами: видовые и марочные.
- **Видовые идентифицируют** вид производимого товара, т.е. должны быть предоставлены сведения о названии товара или его графическое изображение. Примером может быть наименования видов чая: В — среднелистовой ломаный чай, D — «мелкая пыль», а также иные.
- **Следующая подгруппа** идентифицирует торговую марку или наименование (к примеру, шоколад «Сникерс», «Марс» и т.д.).

Примеры ассортиментных видовых знаков чая



По субъектам

- **Индивидуальный** -- товарный знак, принадлежащий одному собственнику, т.е. находящийся в частной собственности.



По субъектам

- **Коллективным знаком** является товарный знак объединения юридических лиц, предназначенный для обозначения выпускаемых и (или) реализуемых им товаров, обладающими едиными качественными или иными общими характеристиками





**Спасибо
за внимание!**