**《国际商标战略》课程教学大纲**

一、课程基本信息

课程代码：19060012

课程名称：国际商标战略

课程类别：选修课

学 时：32

学 分：2

适用对象: 全校本科生

考核方式：考试

先修课程：无

二、课程简介

国际商标战略是一门全面、系统介绍国际商标战略知识体系的课程，是面向全校本科生，尤其是经管法专业学生的选修课。本课程运用经济学、管理学和法学等方法，在经济全球化的背景下，全面、系统和深入地探讨了国际商标战略的原则、方法与策略，并对国内、国外企业，尤其是跨国企业商标战略的成功案例进行剖析。通过本门课程的学习，使学生掌握国际商标战略的基础理论和原理，拓展学生的视野和知识面，培养学生以多学科的视角分析和解决相关问题的能力。

三、课程性质与教学目的

在保证课程教学的科学性和系统性前提下，运用多学科视野和研究方法，着重突出本课程的实用性和应用性，重点讲授本课程的基本概念、基本知识和基本技能，阐明国际商标战略的基本理念，阐释我国在实施商标品牌战略和推进中国品牌建设进程中取得的成就，向学生讲授我国企业在国际上打造驰名商标，推广民族品牌，弘扬中华老字号文化和积极维护自身正当权益的典型案例，不断提升学生尊重和保护知识产权的意识，增强学生的使命感、责任感和自豪感。本课程还致力于拓开学生的思路和视野，探索搭建与本课程有关的校外实践教学平台和实习基地，积极引导学生养成分析和解决具体实际问题的能力。

四、教学内容及要求

第一章 商标概述

1. 目的与要求

通过本章学习，使学生了解知识产权的基本特征，掌握现代商标体系的基本内容。

1. 教学内容
2. 知识产权概述
3. 商标的起源
4. 商标的定义
5. 商标的特征
6. 商标的功能
7. 思考与实践

1.如何理解商标的功能？

2.商标的特征。

（四））教学方法与手段

课堂讲授、多媒体教学、分组讨论。

第二章 商标经济学

（一）目的与要求

通过本章学习，使学生了解商标经济学的基本内容，掌握运用经济学原理分析商标现象的技能。

（二）教学内容

1.信息经济学视角下的商标权

2.商标与追溯成本

3.商业性标记符号与现代经济发展

4.商标领域的交易成本

（三）思考与实践

1.如何从经济学视角理解商标来源的识别功能。

2.智力财产与有形财产的产权化程度及其原因。

（四）教学方法与手段

课堂讲授、多媒体教学、分组讨论。

第三章 全球化背景下的商标战略

（一）目的与要求

通过本章学习，使学生了解全球化背景下商标战略的基本特征，掌握与商标战略有关的基本内容，尤其了解如何运用国际商标战略推广中华老字号企业文化。

（二）教学内容

1.全球化与商标领域的国际公约

2.商标何以成为重要的战略资源？

3.商标战略管理过程

4.商标战略的特点

5.商标战略的层次

6.商标战略与中华老字号企业文化

（三）思考与实践

1.TRIPS协议在当代国际商标保护中的角色。

2.中华老字号企业海外维护权益案例的启示。

（四）教学方法与手段

课堂讲授、多媒体教学、分组讨论。

第四章 商标设计及选择战略

（一）目的与要求

通过本章学习，使学生掌握商标设计及选择战略的基本内容。

（二）教学内容

1.商标设计与显著性

2.商标设计与标记感

3.商标设计与艺术性

4.商标设计与消费者文化

5.商标设计与商品种类特点

（三）思考与实践

1.显著性与商标构成要件。

2.商标显著性与商标设计。

（四）教学方法与手段

课堂讲授、多媒体教学、分组讨论。

第五章 商标国际注册及国际经营战略

（一）目的与要求

通过本章学习，使学生了解商标国际注册及国际经营战略的内涵定义、基本特征和基本内容。

（二）教学内容

1.商标国际注册战略

2.《马德里协议》

3.不予商标注册的情形

4.商标国际化经营战略概述

5.如何实施正确的商标国际化经营战略

（三）思考与实践

1.国际注册与商标地域性的关系。

2.《马德里协议》的出台背景。

（四）教学方法与手段

课堂讲授、多媒体教学、分组讨论。

第六章 商标国际使用策略

（一）目的与要求

通过本章学习，使学生掌握商标国际使用的内涵定义、基本特征和基本内容，尤其了解我国企业如何在跨国并购进程中保护自主品牌。

（二）教学内容

1.商标化决策

2.正确使用注册商标的策略

3.网络环境下的商标使用策略

4.商标与域名的关系

5.不同情况下使用注册商标的策略

6.跨国并购进程中的自主品牌保护

（三）思考与实践

1.UDPR的基本内容。

2.商标保护与域名保护机制的异同。

（四）教学方法与手段

课堂讲授、多媒体教学、分组讨论。

第七章 反商标侵权战略

（一）目的与要求

通过本章学习，使学生掌握企业反商标侵权战略的基本内容和方法。

（二）教学内容

1.商标侵权概述

2.如何判断商标混淆

3.合理使用与商标侵权的边界

（三）思考与实践

1.商品和服务类似程度的判断。

2.反向假冒问题的认定。

（四）教学方法与手段

课堂讲授、多媒体教学、分组讨论。

第八章 竞争法与国际商标战略

（一）目的与要求

通过本章学习，使学生掌握竞争法与国际商标法的关系和异同。

（二）教学内容

1.不正当竞争规制概述

2.竞争法视角下的商标权保护

3.广义商标与反不正当竞争的关系

4.侵害商业标记的不正当行为

（三）思考与实践

1.侵犯未注册商标的认定。

2. 商标法与不正当竞争法的关系。

（四）教学方法与手段

课堂讲授、多媒体教学、分组讨论。

第九章 驰名商标战略

（一）目的与要求

通过本章学习，使学生掌握企业驰名商标战略的内涵定义、基本特征和基本内容，重点了解我国民族名牌的驰名商标战略如何在海外市场发挥影响力。

（二）教学内容

1.驰名商标与名牌战略思想

2.创立驰名商标的策略

3.驰名商标防止被通用名称化策略

4.驰名商标反淡化保护策略

5.驰名商标域外保护策略

6.我国民族名牌的驰名商标战略

（三）思考与实践

1. 驰名商标的内涵。

2.驰名商标如何有效地反淡化。

（四）教学方法与手段

课堂讲授、多媒体教学、分组讨论。

第十章 企业品牌与商标战略

（一）目的与要求

通过本章学习，使学生掌握企业品牌与商标战略的内涵定义、基本特征和基本内容。

（二）教学内容

1.企业品牌战略概述

2.企业品牌定位战略

3.企业品牌形象战略

4.企业品牌国际化战略

（三）思考与实践

1.如何做好品牌定位。

2.品牌与商标的关系。

（四）教学方法与手段

课堂讲授、多媒体教学、分组讨论。

五、各教学环节学时分配

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **教学环节**  **教学时数**  **课程内容** | **讲**  **课** | **习**  **题**  **课** | **讨**  **论**  **课** | **实验** | **其他教学环节** | **小**  **计** |
| 第1章 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第2章 | 3 |  | 1 |  |  | 4 |
| 第3章 | 3 |  |  |  |  | 3 |
| 第4章 | 2 | 1 |  |  |  | 3 |
| 第5章 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第6章 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第7章 | 3 |  |  |  |  | 3 |
| 第8章 | 3 | 1 |  |  |  | 4 |
| 第9章 | 2 |  | 1 |  |  | 3 |
| 第10章 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 复习与答疑 |  | 2 |  |  |  | 2 |
| 考试 |  |  |  |  | 2 | 2 |
| 合计 | 24 | 4 | 2 |  | 2 | 32 |

六、课程考核

（一）考核方式

考试

（二）成绩构成

平时成绩占比：40% 期末考试占比：60%

（三）成绩考核标准

作为平时成绩的一部分，要求学生利用课余时间，通过多种方式了解我国企业在国际上打造驰名商标，推广民族品牌和维护自身正当权益的案例并撰写心得体会。

七、推荐教材和教学参考资源

1.教材

（1）企业知识产权战略（第4版），冯晓青，知识产权出版社，2015年版

（2）企业商标战略，缪仁康，知识产权出版社，2012年版

2.参考书

(1) 商标战略管理，袁真富、苏和秦，知识产权出版社，2007年版

(2) 世界经济一体化进程中的国际知识产权法，(美)弗雷德里克•M.阿伯特等著，王清译，商务印书馆，2014年版

(3) 知识产权国际保护制度与策略：专利与商标，唐春，知识产权出版社，2015年版

(4) 国际商标法律制度研究，李亮，法律出版社，2015年版

(5) Essentials of Intellectual Property: Law，Economics，and Strategy，Alexander I. Poltorak、Paul J. Lerner，John Wiley & Sons，Inc.，2011

(6) Brand Rewired: Connecting Branding，Creativity, and Intellectual Property Strategy，Anne H. Chasser&Jennifer C. Wolfe，John Wiley & Sons，Inc.，2010

大纲修订人：冯卓华 修订日期：2020.12.20

大纲审定人：潘苏 审定日期：2020.12.25