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».

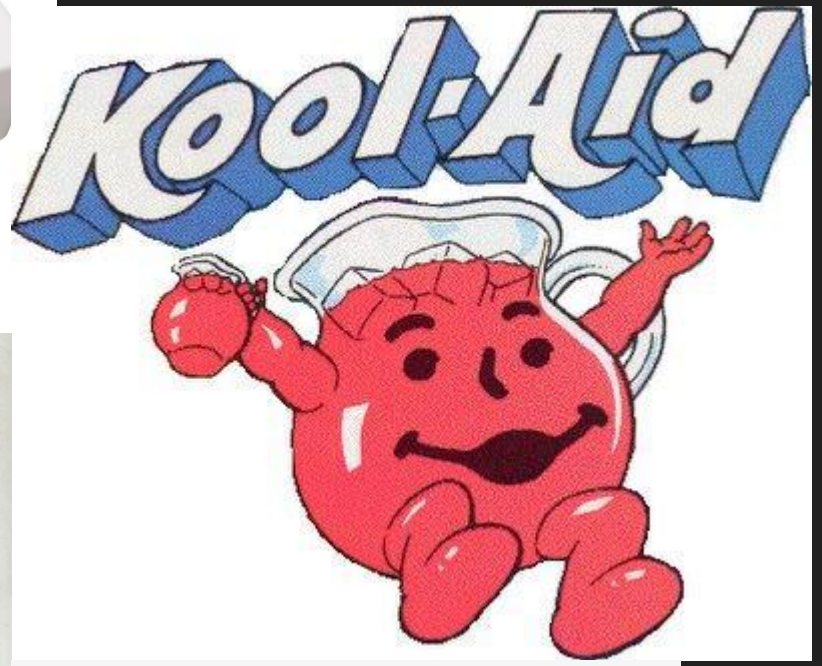
Товарная марка

- Това́рный знак (также това́рная ма́рка или то́рговая ма́рка; ™) — 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).

Coca-Cola®



ABSOLUT®
Country of Sweden
VODKA

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).

7UP
BEN & JERRY'S
Betty Crocker
Cadbury
Coca-Cola
DANNON
Doritos
Fanta
FROSTED FLAKES
Häagen-Dazs
KitKat
Ovaltine
OREO
Lay's
pepsi
PATAK'S Original
Milka
Special K
Pringles
Nestlé Pure Life
Knorr
pop-tarts
OLD EL PASO
Sprite
m&m's
Mazola
SNICKERS
Nesquik
Tropicana
RYVITA
TOBLERONE
NESCAFÉ
Uncle Ben's
Lipton
WRIGLEY
Minute Maid
Slim-Fast!
Trident
Maggi
TWININGS OF LONDON
HELLMANN'S
Green Giant
Cheerios
Galaxy
DASANI
Kellogg's CORN FLAKES
evian
BONAFONT
Volvic
Actimel

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