

## РЕЗЮМЕТА

### НА НАУЧНИ ТРУДОВЕ НА ДОЦ. Д-Р МАРИЯ АНАНИЕВА МАРКОВА

ВЪВ ВРЪЗКА С УЧАСТИЕ В КОНКУРС ЗА ЗАЕМАНЕ НА АКАДЕМИЧНАТА ДЛЪЖНОСТ „ПРОФЕСОР“ В ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ 3.8 „ИКОНОМИКА“, НАУЧНА СПЕЦИАЛНОСТ „ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ИЗВЪН СФЕРАТА НА МАТЕРИАЛНОТО ПРОИЗВОДСТВО (ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ)“, ОБН.ДВ., БР. 36/2018 г.,

които не повтарят публикациите, представени за присъждане на образователна и научна степен "доктор" и за заемане на академична длъжност "доцент"

#### I – МОНОГРАФИИ и СТУДИИ

##### 1. „Биотехнологии и биотехнологични постижения“, ЕСпринт, С, 2006 г.

Цел на книгата е да представи биотехнологичните постижения като интелектуален резултат на интердисциплинарната научноприложна област „биотехнология“, базирана върху биологията и свързана с химическите и инженерните науки, съвременните направления на биотехнологиите и развитието им в България, свързани с производството на мляко и млечни продукти, бира, вино, розово масло, използване на билкови суровини и други. Фокус на вниманието са биотехнологични постижения, които се реализират на пазара под формата на хранителни продукти, лекарствени средства, химикали и ензимни препарати за дезинфекция, химическа обработка и екологична защита.

Изложението, посветено на биотехнологичните постижения, е двuasпектно:

##### **Първо - в методологически аспект:**

- биотехнологичните постижения се разглеждат като продукт на човешката изобретателност и интелект. Тези биотехнологични постижения по своята същност са интелектуална собственост. Тази собственост съществува под формата на изобретения, селекционерски постижения или незакриляни традиционни знания. Специално внимание се отделя на икономическата същност и потенциална икономическа изгода при закрилата им като интелектуална собственост под формата на патентовани продукти и методи.

##### **Второ - практико-приложен аспект:**

- представени са управленски стратегии на множество изследователски организации и компании, в т.ч. и български - като „Ел Би Булгарикум“, „Протей М“ и други, техните съвременни биотехнологични постижения, закриляни като интелектуална собственост. Разгледани са конкретни примери от дейността на посочените фирми, резултати от тяхната иновационна дейност, патентна регистрация на новосъздадени продукти и методи и тяхната пазарна реализация под формата на хранителни продукти и лекарствени средства.

В края на изложението, са поставени за размисъл теми като закрилата на нови селекционерски постижения, ограниченията пред българските изследователи с последните законодателни изменения, по-конкретно в: Закон за генетично модифицираните организми, Закон за донорството и др. актуални въпроси.

## **2. “Закрила на промишления дизайн в страната и чужбина”,**

издание на Патентно ведомство на Република България и Служба на ЕС за закрила на интелектуалната собственост - марки и дизайни /преди ВХВП - ОНИМ/, София., 2008 г.

Предмет на внимание в посочения труд е **промишленият дизайн като обект на индустриална собственост**. Специално внимание се отделя на закрилата на промишления дизайн съгласно Закон за промишлен дизайн, 1999 г. в страната и закрилата на промишления дизайн в чужбина като са разгледани Регламент 6/ 2002 на ЕС и Хагска спогодба за международна регистрация на промишлен дизайн. Изследвани са правни и икономически аспекти на закрилата на промишления дизайн, както и свързани с тях въпроси като създаване и поддържане на фирмена идентичност и диференциация, изграждане на фирмен стил и фирмен имидж и поддържане на конкурентоспособност.

Посоченият предмет се обосновава със съвременните промени на пазара и технологиите, членството на България в ЕС и интересът на българските компании от износ и позициониране на пазари извън националната територия. В условията на съвременен глобален пазар, където успяващите фирми прилагат максимата “мисли глобално, действай локално”. В центъра на маркетинговата стратегия на фирмите стои продуктът, предлаган на пазара и персонализирането му за индивидуалния потребител.

Подходът е комплексен и цели изясняването на разглежданата проблематика не в детайли от процедурно естество, а в по-общ управленски характер като не претендира за изчерпателност.

Стратегията за успешен бизнес е във функционална зависимост от проектираните и произведени във фирмата нови продукти. По-конкретно: идеите за нови продукти, и разработването им до проект за внедряване в производството трябва да са базирани върху последните достижения в областта на науката, техниката и дизайна в продуктовете, респективно в съответната продуктово - технологична област. Това е възможно само при познаване на последните достижения в конкретната област, на основата на осъществени патентни, фирмени и пазарни проучвания. Стратегията за позициониране на пазара на нови продукт би била успешна само, когато новото продуктово решение се закриля по законите на интелектуалната собственост. По този начин фирменият ресурс “дизайн на продуктите”, отличаващ се със значими икономически функции, ще остане конкурентно средство за фирмата за необходимия период от време за възстановяване на направените разходи и осъществяване на нови творчески търсения и дизайнерски резултати.

Целевата аудитория на настоящата книга е широка: ръководители на фирми, патентни специалисти, студенти и изследователи в полето на интелектуалната собственост.

### 3. “Дизайн мениджмънт”, УИ “Стопанство”, 2010 г.

Книгата “Дизайн мениджмънт” е отговор на необходимостта в съвременния икономически живот **дизайнът** да бъде разглеждан като **значим икономически ресурс** за решаване на редица управленски проблеми. Предназначена е за студенти от **специалност “Интелектуална собственост”**, които изучават дисциплините: “Промислен дизайн” – бакалавърска степен на обучение; „Проучвания в дизайна” в магистърска степен на обучение; студенти, обучаващи се по дисциплината „Дизайн на архитектурата, интериора и екстериора“, както и за професионалисти в различни области на изкуството и сфери на бизнеса, занимаващи се с дизайн.

В книгата **дизайн мениджмънтът** е представен като **мениджмънт на творчески, интелектуален резултат**. Предмет на изследване е **дизайн-мениджмънтът на фирмата** като основна бизнес единица. Идентифицирани, анализирани и проектирани като управленска величина са следните термини и терминологични релации:

- **дизайн, дизайн области и дизайн мениджмънт** като актуална концепция на съвременния етап в развитието на управленската теория и практика в условията на икономическа криза, наситеност, глобализация и дигитализация на пазарите;
- **фирменият дизайн** като ядро на дизайн мениджмънта и като единство от **фактическа, правна, икономическа и управленска същност**. Специално внимание е отделено на възможностите за **закрила на фирмения дизайн като интелектуална собственост на фирмата**.

По-конкретно, представени са следните основни методологически положения:

1. Етимологичният подход към категорията “дизайн мениджмънт” води представяне на същността му като **мениджмънт на дизайна като творчески, като интелектуален резултат**. Най-голямата като обем глава 2 разглежда **дизайна като форми на закрила чрез обектите на интелектуалната собственост**. **Дизайн-мениджмънтът на фирмата е представен като същност и особености**. Представена е информация, имаща пряка връзка или свързана с фирмата, в т.ч. международни, национални и регионални структури в дизайна – ICSID, ICOGRADA, British Design Council, Национална асоциация за дизайн и реклама, International design society, СБХ, ИЗА АРТ и много други.
2. **Идентифицирани, анализирани и проектирани като управленска величина са следните термини и терминологични релации:**
  - **дизайн, дизайн области и дизайн мениджмънт** като актуална концепция на съвременния етап в развитието на управлението на фирмата в условията

на икономическа криза, наситеност, глобализация и дигитализация на пазарите;

- следвайки метода на научната абстракция фирменият дизайн като ядро на **дизайн мениджмънта е представен в единство от фактическа, правна, икономическа и управленска същност**;
- в аналитичен и синтетичен аспект са представени **стратегии в дизайн мениджмънта** – цели, подходи, методика и примери от опита на успешни български и чуждестранни фирми.

Изследването се основава на комплексното приложение на следните подходи - исторически, системен, маркетингов, и методите - анализ и синтез, морфологичен и функционален анализ, патентен и дизайн анализ, методи за формиране и избор на стратегически алтернативи, за оценка на силата и риска.

Формирането на стратегия за управление на фирмения дизайн се основава на системен подход като стратегията е представена като съвкупност от субстратегии за дизайн на продуктите, дизайн на интериора и екстериора и на визуалнокомуникативните средства на фирмата. Представени са аналитични и синтетични аспекти, принципна методика и вариантни решения. Различните стратегически варианти могат да бъдат избирани, реализирани и актуализирани в зависимост от различни фактори на бизнес средата и на ресурсите във фирмата.

**Б. Практически положения:** Обобщени са авторският опит при изследване на терминологични релации; личният консултантски опит в областта на дизайн стратегии на български фирми; чужд опит на основата на набрана чуждестранна литература и информация. Последната глава представлява методологическа основа и апробирана методическа схема за изследване на дизайн мениджмънта: проучвания в дизайн като технология, извеждане на стратегически проблеми и предлагане на стратегически варианти.

#### **4. “Биотехнологии, интелектуална собственост, биоикономика”, УИ “Стопанство”, 2010 г.**

Изложението в книгата следва **триадата** “биотехнологии – интелектуална собственост - биоикономика”. Изследвани са взаимовръзките между тях и въздействията им върху човека, неговия труд и бит, продължителност и качество на човешкия живот.

**Методологията на монографията** е предопределена от изследваната триада “биотехнологии – интелектуална собственост – биоикономика” и се основа на системния и комплексен подход, морфологичен анализ на понятията, изследване на системните взаимовръзки между тях, патентно-ситуационен анализ, исторически анализ и експертни оценки.

С пълната яснота, че изследователското поле на автора е динамично развиващо се, сложно и дискуссионно, че в голяма част от научноприложните направления на

биотехнологиите отсъстват категорично възприети понятия и концепции и че дефинираната като стратегическа цел на ЕС “икономика, базирана на знанието” има за свое водещо направление “биоикономиката”.

Изложението разглежда два преплитачи се и взаимнопроникващи се аспекта:

**Първи аспект - теоретико-методологичен аспект:**

- биотехнологиите са идентифицирани като научноприложна дейност и като класификации, съобразно множество критерии и показатели;
- биотехнологичните постижения са разгледани като продукт на човешката изобретателност и интелект. Тези биотехнологични постижения по своята същност са интелектуална собственост, която съществува под формата на изобретения, селекционерски постижения или незакриляни традиционни знания. Специално внимание се отделя на икономическата същност и потенциална икономическа изгода при закрилата им като интелектуална собственост под формата на патентовани продукти и методи.

**Втори аспект - практико-приложен аспект:**

- представени са отраслите на биоикономиката като индустриално приложени биотехнологични продукти и техники;
- биоикономиката на ЕС е представена в програмни документи, изследователски направления и добри практики на световноизвестни фирми;
- биоикономиката на България е представена като правна и институционална рамка, научноизследователска дейност на множество организации като Национална генетична лаборатория, Националният център за аграрни науки, Института по розата и етеричномаслените култури; управленски стратегии на фирми като „Ел Би Булгарикум“, „Протей – М“, „Дафлорн“, „Ерато ресурс“ и много други, техните актуални биотехнологични постижения, закриляни като интелектуална собственост. Разгледани са конкретни примери от дейността на посочените фирми, резултати от тяхната иновационна дейност, патентна закрила на новосъздадени продукти и методи, закриляни нови сортове растения и породи животни, както и тяхната пазарна реализация под формата на хранителни продукти и лекарствени средства.

Идентифицираните направления на сложния и комплексен научно-приложен проблем “биотехнологии - интелектуална собственост - биоикономика” определят следната структура на книгата:

- Глава първа – Биотехнологии – същност, възникване и развитие;
- Глава втора – Биотехнологии и интелектуална собственост;
- Глава трета – Биотехнологии и биоикономика.

Всяка от главите разглежда проблема от позицията на своя методологически инструментариум: идентификация, интелектуална собственост и икономическа приложимост.

**5. студия “Марка и дизайн на Общността”,**

глава в сборник, издание на Патентно ведомство на Република България и на Служба на ЕС за закрила на интелектуалната собственост - марки и дизайни /преди Ведомство по хармонизация на вътрешния пазар – ВХВП на ЕС/, София, 2008 г., 84-105 стр.

**Предмет на изследване** от автора в студията е проблемът за **дизайн на Общността** като ефективен правен и икономически механизъм за закрила на продуктови „малки“ иновации и бизнес идентификатори като фирмени лога, графични решения, интериорни решения, комплекти и композиции от изделия, както и модулни системи. Представени са основни положения за закрила на дизайн на Общността, в т.ч. процедурни и по защита при нарушени права.

Изложението се фокусира върху практиката на Службата на ИС за интелектуална собственост /марки и дизайни/, върху комплексен анализ на заявителската активност по различни показатели, на примери и казуси за заличаване, както и други въпроси, релевантни към проблема.

## **II – ИЗДАДЕНИ УЧЕБНИЦИ**

1. **“Рекламата като интелектуална собственост“**, УИ „Стопанство“, 2016г.

Учебникът с наименование **“Рекламата като интелектуална собственост”** е предназначен за студенти, изучаващи специалността **“Рекламен мениджмънт”**, както и други специалности в БСО или МСО в специалност **„Творчески индустрии и бизнес“**.

Той дава знания на обучаваните студенти в бакалавърска или магистърска степен за **рекламата като творчески продукт**, формите на съществуване и начините за закрила на рекламните послания, знаци, шрифтове, цветове и образи като интелектуална собственост. Разгледани са видовете рекламни послания в зависимост от обекта, канала на реализация, адресата и мястото на различните обекти на интелектуалната собственост в тях, базирани на опита на известни рекламни агенции в България като **“Агора”**, **“Арт пикчърс”**, **“Бранд ню айдиъс”**, **“Булса адвъртайзинг”**, **“График дизайн студио”**, **“Графити ББДО”**, **“ДДБ София”**, **“Дея”**, **“РА Крес”**, **“Реформа”**.

Специално внимание се отделя на триадата **“реклама – дизайн – фирмен стил”** и на дигиталната бизнес идентификация на фирмата, на присъстващите в нея рекламни символи и послания и формите за тяхна закрила като интелектуална собственост. Изведен е комплексният управленски ефект от натрупване на различните форми на закрила: като обекти на авторски права и обекти на индустриална собственост. Представени са възможностите за правна защита при нарушения на права на интелектуална собственост в областта на рекламата. Отделя се необходимото внимание на регионалните и международните договори в областта на интелектуалната собственост, релативни към рекламата. Целта на изложението е предоставяне на полезна информация за бъдещите мениджъри за управлението на рекламните послания, лозунги, лога, сувенири, интернет сайтове и други като интелектуална собственост и извличане на икономическа изгода за бизнеса.

## **III – ДОКЛАДИ, ПРЕДСТАВЕНИ НА КОНФЕРЕНЦИИ В СТРАНАТА И ЧУЖБИНА**

**A. Доклади, представени в страната**

1. **“Дизайн на Общността”** - доклад при участие в обучителни семинари /6 на брой/, организирани от Ведомството по хармонизация на вътрешния пазар на ЕС /ОНИМ/ и Патентно ведомство /ПВ/ на България на тема “Марка и дизайн на Общността” април – юли, 2007 г. в София, Пловдив, Варна, Веллингград.

Този доклад, представен на обучителни семинари в страната за служители на съдебната система, служба „Митници“ и „Гранична полиция“, разглежда дизайна на Общността като правен инструмент за защита на продуктови иновации и решения за целите на идентифициране на фирмата като лого, графични изображения и други в структурата: Въведение и икономическа обосновка; основни положения относно Дизайн на Общността – дефиниции, условия за регистрация, изключително право върху Дизайн на Общността и видове Дизайн на Общността; Заявяване, регистрация и заличаване на Дизайн на Общността – възможности и процедура, Предимства на системата за регистрация на Дизайн на Общността.

2. **“Интелектуалната собственост и мобилността на учените”**, м. май, 2007 г., представен на семинар “Мобилност на учените”, УНСС

Докладът представя предизвикателствата и възможностите пред съвременните учени-изследователи в различни области на науката и практиката. Фокус на доклада е създаването от учените разработки под формата на проекти, иновации, теории, концепции. Представена е същността, характеристики и класификации на научноизследователския резултат като интелектуален продукт и възможностите за защитата му като художествена собственост /национална, международна и регионална регламентация/ и като индустриална собственост /национална, международна и регионална регламентация/ като се извеждат предимствата на различните системи. Опазването на доклада е с примери от българката и международната практика за различни обекти на индустриалната собственост: патенти за изобретения, полезни модели и регистрирани промишлени дизайни.

3. **“Дизайнът на Общността – същност, основни положения, предимства на системата на Дизайн на Общността. Конфликти с национални права”**, представен на семинар, организиран от Европейското патентно ведомство и Патентно ведомство на България, свързан с комуникационната стратегия на ПВ, Бургас, 2007 г.

Този доклад представя Дизайн на Общността по идентична структура на посоченото в т.1 с допълнение: разглеждат се въпроси на правни ситуации на заявен/ регистриран Дизайн на Общността и регистриран национален дизайн/ промишлен дизайн по национален ред в България и регистриран Дизайн на Общността и заявен/ регистриран промишлен дизайн по национален ред. Фокус на вниманието са припокриващи се поле на изключително право на вече регистриран дизайн по един път с поле на изключително право на заявен/регистриран промишлен дизайн по друг път, като се сочи какви са възможностите и задълженията на митнически и гранични органи в

ситуации на потенциално нарушение на сочените по-горе права. В т.ч. по самоинициатива и при сигнал от други лица.

4. **“Единството от продуктови иновации и дизайн – фактор за конкурентоспособност на българските предприятия на съвременния пазар”**, представен на научно-практическата конференция “Конкурентоспособен растеж на българската индустрия”, УНСС, 2008 г.

Докладът разглежда единството от продуктови иновации чрез технически и конструктивни решения и дизайн чрез художествени решения като фактор за формиране на фирмена идентичност и диференциация, прилагане на принципа на премиално ценообразуване и в резултат: постигане на фирмена конкурентоспособност, основано на модела на М. Портър за конкурентно предимство, основано на отличителни качества на продукта. В доклада се представят правните характеристики на обектите на интелектуална собственост: изобретение, полезен модел и промишлен дизайн, за закрила на продуктите иновации и дизайн. В допълнение, е представен анализ на заявителската активност по посочените обекти за 8 годишен период, в т.ч. количествени тенденции, факторен анализ на тенденциите при извеждане на проблемите пред българските предприятия в условията на динамична бизнес среда и подходи за решаването им.

5. **„Научноизследователският продукт – изисквания и реалности”**, доклад, представен на кръгла маса по темата за НИД и НИ продукт, УНСС, ноември, 2008 г.

Представена е същността, характеристики и класификации на научноизследователския продукт като интелектуален продукт и възможностите за закрилата му като художествена собственост и като индустриална собственост по национален, международен и регионален ред на основата на контент анализ и сравнителни характеристики като се извеждат предимствата на различните системи.

6. **“Промишленият дизайн като интелектуална собственост”**, представен на национален семинар “Дизайн-индустрия. Икономически и правни аспекти”, ноември, 2010, УНСС

Докладът представя промишления дизайн като обект на индустриална собственост по реда на Закон за промишления дизайн, 1999 г. в структура: обект и субект на закрила, условия за възникване на закрилата, дефиниции и изясняване на понятията „новост“ и „оригиналност“, представяне на изключителното право върху регистриран промишлен дизайн в направленията: право на използване, право на забрана за трети лица да използват закрилияния промишлен дизайн и право на разпореждане /продажба, лицензиране на промишлен дизайн, отказ от права/. Представени са примери от българската практика: дизайни на физически лица и на фирми в различни индустриални сфери.



7. Доклади с презентации, 5 на брой, по **проблеми на интелектуалната собственост**, представени на национални семинари в изпълнение на проект на Европейска патентна академия “Разпространение на знанията по интелектуална собственост в университетите”, 2010 - 2011 г.

В изпълнение на проекта на ЕПА са представени 5 авторски доклада на следните теми:

- **„Компютърните програма като обект на интелектуална собственост“**, УниБИТ;
- **„Интелектуална собственост: същност, обекти и форми в областта на изкуствата“** – НАФТА;
- Медицински университет, факултет „Фармация“ - **„Закрила на опаковките и формата на медицинските продукти като промишлен дизайн – правна същност и икономически последици“**;
- **„Интелектуалната собственост в биотехнологиите“** – СУ „Кл. Охридски“, София

**8. „Актуалната същност на интелектуалната собственост“**, доклад, представен и на университетска НП 18 “Студентска кръгла маса “Приложение на знанията по интелектуална собственост в международна среда””, м. май, 2011, УНСС

Докладът представя авторски поглед към системата „Интелектуална собственост“ като съвкупност от подсистемите „Индустиална собственост“, „Художествена собственост“ и „Нови обекти“. Всяка от подсистемите е представена като обекти и отношения – правни и икономически при реализацията им, множество примери и актуални казусни решения.

**9. „Интелектуалната собственост в екобиотехнологиите“**, доклад на научен семинар “Екобиотехнологиите - настояще и бъдеще”, СУ – СГЦ, 28 март, 2013

Докладът се фокусира върху проблемите на съвременните енергийни биотехнологични решения – същност и възможности за закрила като интелектуална собственост. Фокус на вниманието са възможностите за закрила чрез патент за изобретение за технологичните иновации и чрез полезен модел за продуктовете решения: химически и биосъстави. Представят се добри практики на фирми от Европа и САЩ.

**10. „Академичната лекция като обект на авторско право“** доклад в научен семинар на УНИБИТ “Интелектуалната собственост в университетите. Творчество следващото поколение” с доклад на тема: УНИБИТ, 2013

Докладът представя академичната лекция като обект на авторско право и лекторът като субект – носител на авторски права. Разгледани са спецификите на академичната лекция в условия на съавторство и при представяне от асистент, правата на лектора върху лекцията му като текст, представен на хартия или РРР или

чрез обективизиране /при говор и слушане/ пред студентска аудитория в академична зала; проблемите, възникващи при използване на съвременни комуникационни средства за записване, възпроизвеждане и предоставяне на лекции за публичен достъп в интернет или други дискуссионни за съществуващото правно регулиране начини на използване.

**11. “Театралната постановка като интелектуална собственост”**, доклад в научен семинар на ЮЗУ “Интелектуалната собственост в университетите. Творчество следващото поколение” с 26 април, 2013 г.

Докладът се фокусира върху театралната постановка като вид сценично произведение и неговата правна регламентация по реда на ЗАПСП. Театралната постановка е разгледана като обект, видове и форми на реализация, носители на права: авторски за създатели на концепция, текст, диалози и преводи, сценографи, дизайнери на костюми и други и съавторски права за театрални актьори и режисьори. Отделено е внимание на различни аспекти на пазарната реализация на театралната постановка, в т.ч. договори с автори и изпълнители, мястото на ОКУП.

**12. “Права на интелектуална собственост в земеделието и хранителната промишленост”**, доклад на семинар на ЕСФ и МОН по проект на тема “Традиционни храни и здравето на българина”, 28-30 май, 2013, Пловдив

Докладът разглежда въпроси на резултатите на иновационната дейност в земеделието и хранителната промишленост в контекста на традициите в българската история и култура на храненето и съвременните постижения, закриляни като интелектуална собственост. Специално внимание се отделя на формите на закрила на иновациите като изобретения, полезни модели и селекционерски постижения: нови растителни сортове и нови породи животни.

**13. Защита на интелектуалната собственост в иновациите, основани на български мед и билки**”, доклад на семинар на СГЦ по ТТО проект на тема “Традиционни храни и здравето на българина”, 14. 04. 2014

Докладът е посветен на правните възможности за закрила на иновативните решения, основани на български мед и билки. Разглежда конкретни добри практики на изследователите на Съвместния геномен център и закриляни иновации като полезен модел в българско Патентно ведомство и възможностите им за икономическа реализация чрез внедряване в производство и/ или предоставяне на лицензии на заинтересовани лица.

14. **“Интелектуалната собственост в учебната документация на висшите училища”**– 28.04, 2014 г., доклад представен на научен семинар на УниБит, в съавторство

Докладът е фокусиран върху учебната документация, създавана и използвана в работата на висшите училища, формите и видовете учебна документация. Акцентът в доклада е върху идентифициране на служебния характер на учебната документация и представянето ѝ като интелектуална собственост на ВУ, както и моралните права на академичните кадри по създадената в условия на трудово правоотношение документация.

15. **“Интелектуалната собственост в бизнес идентификацията на фирмата”**, доклад, представен на научен семинар на УниБит “Успех, творчество, иновации”, 28 април, 2015 г.

Докладът представя бизнес идентификацията на фирмата като носители и форми на проявление в условията на съвременния конкурентен дигитален пазар. Специално внимание се отделя на закриляните решения в бизнес идентификацията на фирмата чрез обектите на интелектуална собственост: марка по реда на ЗМГО, промишлен дизайн по реда на ЗПД, кл. 32 „Лого“ и кл. 14 „Екрани за монитори и икони“ за закрила на интернет страницата на фирмата, фирмени индикации по реда на ЗЗК.

16. **“Политики в дизайна като интелектуална собственост”**, доклад представен на семинар на Фондация “Приложни изследвания”, организиран съвместно с ЕК на тема “Иновации, базирани на дизайн” м. март 2015 г.;

Докладът представя дизайна като обект на индустриална собственост и като фирмен ресурс с икономически потенциал, изразяващ се в икономическите функции: продуктова и фирмена идентичност и диференциация, формиране и поддържане на фирмена конкурентоспособност и добър фирмен имидж. Специално внимание се отделя на политиката на ЕС в областта на дизайна и разглеждането му като конкурентен фактор на съвременността.

17. **“Издателските права в цифрова бизнес среда”**, доклад и публикация в сборник от научен форум с межд. участие на тема «Интернет либерализацията – предизвикателства и добри практики пред интелектуалната собственост», 2016 г., УниБИТ;

Докладът представя основни положения относно права на автор на печатно произведение и издател, тяхната релация и реализация чрез издателски договор, основни проблеми, породени от дигитализацията и глобализацията на съвременния живот, както и подходи за решаването им. В доклада са цитирани примери от актуалната бизнес среда, казуси в международното право – Google, IBM, други.

**18. „Географското означение – средство за идентификация на бизнес субекта като регион на дейност“, доклад и публикация в сборник в съавторство, пети национален семинар с международно участие на тема: «Интелектуална собственост, иновации и научна дейност в глобална среда», УниБИТ, 2017 г.**

В съответствие с наименованието, в посочения доклад е представен един от обектите на индустриалната собственост – географското означение, идентифициращ субект-носител на права за бизнес идентификатори, в т.ч. основни правни и икономически характеристики, в сравнение с други обекти – марка и промишлен дизайн.

#### **Б. Доклади, представени в чужбина**

1. **‘Audiovisual works as intellectual property’** Aristotle University, ICIL, Thessaloniki, Greece, May, 2011

В доклада са разгледани аудиовизуалните произведения като обект на авторско право, субективните авторски права, времетраене на закрилата и форми на защита при нарушения.

2. **‘Biotechnological innovations as intellectual property’**, report, SLING – Diffusion and Agrobiotechpark, International seminar, 29.08.2012, JGC, Sofia

Докладът се фокусира върху биотехнологичните изобретения като продукт на съвременните биотехнологични технологии и техники за реализирането им. Акцент в доклада е разглеждането на биотехнологичните постижения като интелектуална собственост: биотехнологични изобретения, полезни модели, нови сортове растения и породи животни. За посочените обекти са представени условия за възникване на права, икономически смисъл на закрилата при сравнителен анализ и от гледна точка на създатели и фирми, чийто бизнес е ориентиран към тези решения.

3. **“Final report regarding the implementation of the EPO’s project ‘Dissemination of IP knowledge in universities’ in Bulgaria /January, 2011 – June, 2012/”**, Vienna, July, 2012

В отчетния финален доклад за реализацията на ЕПА проекта „Разпространение на знанията по интелектуална собственост в университетите в България“ в качеството си на координатор представям изградената мрежа от университет по проекта /стартирало от 2007 г./ и включващо: СУ „Св. Климент Охридски“, Технически университет – София, УНСС, УниБИТ, НАТФИЗ, Медицински университете – София, Технически университет – Пловдив, Икономически университет – Варна, Институт на БАН, Аграрен университет – Пловдив, са представени са положителните и негативните фактори на средата в България за иновации, обучение и бизнес, теми и проблеми по осъществени консултации за бизнеса и напредъка по създаване на ТТО и центрове за иновации.

4. **‘IP in the publishing industry’**, Aristotle University, ICIL, Greece, May, 2014

Докладът се занимава с основни положения на интелектуалната собственост като обект, предмет, носители на права и съдържание на закрилата на произведенията на издателския бизнес като обект на авторски права.

5. **‘The course „Advertising as an intellectual property“**, EIPTN, Sofia, 4-5 July, 2016

Докладът представя специална дисциплина в обучението на студенти от МСО в „Рекламен мениджмънт“ с фокус върху рекламния бизнес като творческа индустрия и върху рекламния продукт като интелектуален продукт. Изяснени са видовете реклама като продукти на професионална творческа дейност и като обекти на интелектуална собственост при сравнителен анализ и извеждане на ефектите от комбинирана закрила. Представени са релациите към управленските категории – маркетингови комуникации, фирмен стил и култура.

6. **“IP research for business education”**, Florence, Italy, 2016

Докладът представя мястото и значението на провеждането на проучвания в интелектуалната собственост – за патенти, дизайни, марки и други обекти, в общата аналитична дейност на фирмата, при формиране и провеждане на обоснована и комплексна бизнес стратегия. В центъра на вниманието са различните видове проучвания, специализираната информационна база на офисите за индустриална собственост – ПВ на Република България, на ЕПВ, на СЕСИС, както и техники за набиране, анализиране и систематизиране на информацията в областта на интелектуалната собственост.

7. **„Добри маркетингови практики на български фирми“**, национална конференция с межд. участие УНСС, ПВ и СОИС, 17-18.10.2017 г.

Докладът представя създаването и използването на интелектуалната собственост в успешни български фирми. Фокусът на вниманието е върху реализиране на успешна стратегия чрез внедряване на иновации, закриляни като патенти за изобретения, полезни модели и промишлени дизайни, както и при използването на марки и дизайни в бизнес идентификацията на фирмата. Представени са успешни иновации, закриляни като индустриална собственост, и като бизнес ресурс при реализиран фирмен успех.

8. **‘Intellectual property knowledge - a need in the contemporary higher education’**, published paper in a conference book, Future of education, PIXEL, Italy, 2017,

Докладът се фокусира върху необходимостта във всички ВУ да се изучава дисциплина, релевантна към интелектуалната собственост като съвкупност от знания и умения за обектите на интелектуалната собственост, като възможности за закрила на резултатите на творческия труд в съответствие с профила на ВУ. Напр.

ВУ в изкуствата да въведат дисциплина, свързана с познаване на обектите на авторско право, закрилящи резултатите им, ВУ в областта на техническите науки – дисциплина, свързана с познаване на обектите на интелектуалната собственост за закрила на продуктови и технологични иновации, в икономическите ВУ–необходимо е комплексно познаване на обектите на интелектуалната собственост и управлението им като нематериални активи на фирмите.

9. **‘Case study based educational model in ‘Company design and visual culture course’**, report and published paper in a conference book, co-authorship, Future of education, PIXEL, Italy, 2017

Докладът представя методиката за обучение в дисциплината “Фирмен дизайн и визуална култура“, обобщено като знания в областта на управленските понятия „фирмен дизайн“, „промишлен дизайн“, „фирмен стил и култура“ и конкретно чрез фокусиране върху разглеждане, анализиране и обобщаване на казуси, релевантни към закриляни решения като промишлен дизайн в продуктовете иновации на фирмата, извеждане на тенденции и достигане до изводи за фирмена политика в областта на комплексния фирмен дизайн. Представят се интересни примери от практиката на български и чуждестранни фирми.

10. **„Problem solving oriented education for students in the course "design of architecture, interior and exterior»** report and published paper in a conference book, coauthors, Future of education, PIXEL, Italy, 2018

Докладът представя методически и приложни аспекти на дисциплината „Дизайн на архитектурата, интериора и екстериора“ като се поставя акцент върху проучвания за закриляни чрез патент за изобретение, свидетелства за полезен модел или промишлен дизайн иновации в строителството и дизайн на интериора, формиране на стратегии на фирмата, алтернативи и избор. Разглеждат се реални казуси в българския бизнес.

#### **IV Публикувани статии в специализирани научни издания с редколегия и индексирани**

##### **1. в списания, индексирани в Thomson Reuters (Web of Science/ или Scopus);**

- 1.1. **Protection of industrial design as intellectual property rights in European Union**, NTUT Journal of IP law and Management

Статията представя детайлно материалноправни положения в закрилата на промишления дизайн като обект на интелектуална собственост съгласно Регламент 6/2002 – същност, условия за предоставяне на закрила, видове Дизайн на ЕС, съдържание на правата – времеви и териториален обхват, предимства на система Дизайн на ЕС пред използване на национални системи за постигане на широк териториален обхват при закрила на дизайнерски решения извън националната територия.

##### **2. в други специализирани индексирани научни списания**

**2.1. „Научноизследователският продукт като интелектуална собственост-идентификация, правни и икономически характеристики“, Икономически алтернативи, 2009 г. бр 5**

Статията представя научноизследователския продукт като резултат на творческа дейност и видове, различните обекти на интелектуална собственост, предоставящи закрила за тези резултати на творческа дейност. Представени са в детайли правните и икономически следствия от установяването на права на интелектуална собственост върху научноизследователския продукт и формите на неговата реализация.

**2.2. Management of company innovations as intellectual property, “Economic alternatives” 2013, n. 1**

Статията представя фирмените иновации като интелектуален продукт и възможните форми на закрилата им: като обект на авторско право, като обекти на индустриална собственост и чрез ноу-хау, при разкриване на същността им и в сравнителен анализ. Разглеждат се фирмените иновации като икономически ресурс и се предлагат варианти за тяхното управление с цел: икономическа изгода за фирмата и постигане на конкурентоспособност чрез иновации, закриляни като интелектуална собственост.

**2.3. ‘Intellectual Property Rights and Consumer Behavior’, Advances in Economics and Business, 2017, n. 1, индексирано в Scopus**

Статията разкрива в аналитичен и поведенски аспект взаимовръзките „потребителски нужди и нагласи – потребителско поведение и избор“ с фокус върху информационните, емоционални и символни послания на знаците за интелектуална собственост върху пазарното предложение: Р – за патент, ТМ - за търговска марка и ID – за промишлен дизайн.

**2.4. Дуалистичната природа на обекта на интелектуална собственост „промишлен дизайн“, „Научни трудове“ на УНСС, 2018 г., бр.3**

В тази студия е представена комплексната същност на обекта на интелектуална собственост „промишлен дизайн“ и правната възможност чрез него да се закрилят „малки“ продуктови иновации под формата на творчески решения относно външен вид, форма, орнаменти и украси върху продукт, неговата опаковка и други визуални елементи и да се закрилят фирмени идентификатори като словни, графични и изобразителни елементи, които идентифицират фирмата като бизнес субект. Последователно са представени всички класове от Локарнска класификация на промишлените дизайни, примери от тях за целите на доказване на тезата с актуалната регистрационна и бизнес практика в България.

**2.4. Intellectual property rights for the breeder’s achievements in Bulgaria, Bulgarian journal of agriculture science, 2018, N 6 – индексирано в Web of science**

Статията представя комплексен анализ на селекционерските постижения като закриляни обекти на интелектуална собственост по реда на Закон за закрила на новите сортове растения и породи животни /ЗЗНСРПЖ/, 1996 г. Посочват се дефиниции на понятията „растителен сорт“ и „порода животни“, условия за предоставяне на закрила, процедура в специализираната Агенция за

сортоизпитване, апробация и семеконтрол за нови растителни сортове и процедура в Изпълнителна агенция по селекция и репродукция в животновъдството, към Министерство на земеделието. Фокусът на вниманието е върху заявителска и регистрационна активност в България от началото на действие на ЗЗНСРПЖ, 1996 г. до края на м. март, 2018 г. като са представени количествени тенденции, основни субекти-носители на права върху селекционерски постижения, факторен анализ, изводи и препоръки за насърчаване на селекционерската дейност и постижения в България.

### **3. в специализирани научни списания с редколегия**

#### **1. „The art design as an object of copyright”, IP Review, 2007**

Художественият дизайн е разгледан като обект на авторско право с присъщите му характеристики като обективно и субективно авторско право, като съдържание на имуществени и неимуществени авторски право, времеви и териториални аспекти на закрилата.

#### **2. “Industrial design as intangible asset at Bulgarian companies”, IP Review, 2008**

Промисленият дизайн е представен в комплексната си същност като нематериален актив на фирмите като последици от установяване на права и като икономическа изгода от притежанието на промишлен дизайн, в т.ч при внедряване в бизнеса, при лицензиране или други управленски и правни активности с обекта.

#### **3. “Actual regulation of the international registration of the industrial design after EC has joined the Hague system in the beginning of the 2008”, IP Overview, 2009, n.3**

Международната регистрация на обекта „промишлен дизайн“ е разгледана по реда на актуалния акт на Хагска система за международна закрила на промишления дизайн – Женевски акт от 2008 г. и след присъединяването на ЕС към него. Представени са административните и правни аспекти на използването му като механизъм за получаване на широка териториална закрила за субектите – ФЛ или ЮЛ, чрез една заявка в Международното бюро на Световната организация за интелектуална собственост и посочване на избрани от заявителя страни за закрила.

#### **4. „Новата правна регламентация на промишления дизайн“, „Собственост и право“, 2006 г. бр. 12**

Статията представя обекта „промишлен дизайн“ след поредна актуализация на Закон за промишления дизайн /ЗПД/ и преминаване към изцяло регистрационна система в България в условията на синхронизация на българското законодателство с европейски и международни норми за промишлен дизайн. Представени са материалноправни и процедурноправни положения и ефектите им върху бизнеса, в т.ч. регламентирането на промишления дизайн като бизнес актив в аспектите: средство за обезпечение, обект на особен залог и включване в масата по несъстоятелност при образувано производство.

#### **5. „Дизайнът на Общността”, сп. “Собственост и право”, 2007, бр.10 и 11**



Представен е обектът на индустриална собственост „промишлен дизайн“ съобразно условията на Регламент 6/2002: правни дефиниции, условия – новост и индивидуален характер, видове дизайн на Общността – нерегистриран и регистриран, обхват и съдържание на изключителното право, последици от регистрация на дизайн на Общността.

6. **“Нарушения на права върху промишлен дизайн - същност, способности на защита, последици”,** сп. “Собственост и право”, 2008 г., бр.2 и 3

Статията представя видовете нарушения върху закриляни чрез „промишлен дизайн“ иновации във фирмата, способите за защита: административноправен, гражданскоправен и наказателноправен по реда на Закон за промишления дизайн, Гражданскопроцесуален кодекс и Наказателен кодекс.

7. **“Дизайн на Общността – регистрационна активност, характеристики и тенденции за периода 2003-2008 г.”** IP Bulgaria, 2008 г. бр.2

Аналитичният материал се занимава с тенденции в регистрационната активност за 5 годишен период, области с висока активност, носители на права, извежда тенденции и представя стохастичен факторен анализ по изведените тенденции.

8. **“Актуални и нови моменти в закрилата на промишления дизайн по реда на Хагска спогодба”,** сп. “Собственост и право”, 2008 г., бр. 12

Статията е фокусирана върху новите моменти в международния ред за закрила на промишлен дизайн по Хагска спогодба след приемане на Женевски акт, 2002 г. и присъединяването на ЕС към него. Специално внимание се отделя на предимствата от тези актуални регулации за фирмите и гражданите на ЕС, в т.ч. на България.

9. **“Концепцията “Дизайн мениджмънт” – история на възникване, развитие и актуална същност”,** “IP Bulgaria”, 2009 г., бр. 2

Публикацията изследва в исторически и аналитичен план понятието „дизайн мениджмънт“ и превръщането му в управленска концепция. Авторът представя актуалното звучене и съдържание на концепцията „дизайн мениджмънт“ във фирмена среда и разглеждането на фирмения дизайн като системно цяло от дизайн на продуктите, дизайн на интериора и екстериора и дизайн на визуалнокомуникативните средства на фирмата в контекста на същност, взаимовръзки и целева постановка за постигане на фирмен стил и визуална идентичност.

10. **“Академичната лекция като обект на авторско право и лекторът като носител на авторски права”,** сп. “Собственост и право”, 2009 г., бр.4

Академичната лекция е разгледана като обект на авторско право и лекторът като субект – носител на авторски права. Разгледани са спецификите на академичната лекция в условия на съавторство и при представяне от асистент, правата на

лектора върху лекцията му като текст, представен на хартия или РРР или чрез обективизиране /говор и слушане/ пред студентска аудитория в академична зала; проблемите, възникващи при използване на съвременни комуникационни средства за записване, възпроизвеждане и предоставяне на лекции за публичен достъп в интернет или друг спорни за правното регулиране начини.

11. **“Интелектуалната собственост като фактическа и правна същност”**, сп. “Собственост и право”, 2009 г., бр.8

Статията представя интелектуалната собственост като сложен феномен, като единство от правни и икономически характеристики. Представена е интелектуалната собственост като правна природа и приложението на два основни подхода в закрилата ѝ: юридически монопол и подход на конфиденциалност; интелектуалната собственост като фактическа идентификация: единство от знания, информация и опит, представена на равнище фирма като фирмена интелектуална собственост. При представяне на интелектуалната собственост като правна природа са разгледани особеностите на обекта, субекта на собственост, изключителните права и специфичната полезност на интелектуалната собственост – бъдеща доходоносност.

12. **“Ноу-хау като обект на интелектуална собственост на фирмата”**, сп. “Собственост и право”, 2010 г., бр.8

Статията представя етимологичен и терминологичен анализ на понятия, релевантни към понятието „ноу-хау“ в контекста на интелектуалната собственост, представя класификации и характеристики на ноу-хау като бизнес актив. Специално внимание се отделя на регламентацията на релевантното към ноу-хау понятие в националната ни правна система „производствени и търговски тайни“ от Закон за защита на конкуренцията и на текстове за защитата им при узнаване и разгласяване в условията на нелоялно бизнес поведение.

13. **“Промени в правната регламентация на промишления дизайн като обект на индустриална собственост в България”**, сп. “Собственост и право”, 2011 г., бр.1

Статията разглежда промените в Закон за промишления дизайн, влизащи в сила от 12 февруари, 2012 година в два аспекта: промени в материалноправната регламентация и в процедурните аспекти относно промишления дизайн. Акцентът е в преминаването от експертизна в регистрационна система за промишления дизайн със съпътстващите нови норми, необходимостта от висока култура в областта на интелектуалната собственост в бизнеса, по-кратките срокове и по-ниски такси за регистрация на промишлен дизайн. Промените са разгледани като отговор на необходимостта от синхронизация на българския ЗПД с европейското право в областта, по-специално с Регламент 6/2002 на ЕС относно дизайн на Общността.

14. **“Дигиталната бизнес идентификация на фирмата като интелектуална собственост”**, сп. “Собственост и право”, 2011 г., бр.12

Фокус на внимание в статията е дигиталната бизнес идентификация на фирмата, представена като съвкупност от различни форми на дигитален дизайн, в т.ч. уеб дизайн на фирмата и аудиовизуалния дизайн на фирмата. Представени са като съвременна технологична същност и като възможности за комплексна закрила като обекти на интелектуална собственост: като обекти на авторскоправна закрила и като обекти на индустриална собственост.

15. **„Гражданскоправната защита на регистриран промишлен дизайн /ПД/ и съдебната практика в България“**, сп. “Собственост и право”, 2012 г., бр. 4

Статията разглежда гражданскоправната защита като същност и видове искиове, подавани в Софийски градски съд: искиове за нарушение, за служебен дизайн, за преждеползване. Исковите при нарушение са следните: искиове за установяване на факта на нарушението, за преустановяване на нарушението, за обезщетение за врези и за изземване и унищожаване на продуктите- предмет на нарушението. Представени са привременни мерки и мерки за граничен контрол. Посочени са и примери от българската бизнес и съдебна практика.

16. **“Мерки за защита на правата на интелектуална собственост в ЕС”**, сп. “Собственост и право”, 2012 г., бр. 10

Във фокуса на вниманието на тази статия са два основни документа на ЕС в областта на защитата на правата на интелектуална собственост: Директива 2004/48/ЕО и Регламент 386/2012 на ЕК. Представени са мерките на границата, временни и предпазни мерки, мястото на Ведоството на ЕС и Европейската обсерватория за нарушения на правата на интелектуална собственост в събиране, анализиране и разпространение на надеждни данни по посечената тема: нарушения на права на интелектуална собственост.

17. **“Нов регламент N 608/ 2013 за защита на правата на интелектуална собственост в ЕС”**, сп. “Собственост и право”, 2013 г., бр. 8

Статията представя мястото и функциите на митническите органи в глобалния европейски план за борба с фалшифицирането и пиратството, необходимостта от обмен на данни и стандартизиране на документи и процедури на митническите органи на страните-членки на ЕС.

18. **“10 години Дизайн на Общността”**, сп. “Собственост и право”, 2013 г., бр.11

Статията представя в аналитичен прочит дейността на Ведомството на ЕС за интелектуална собственост в 10 годишен период на действие на Регламент 6/2002 като представя: резултати в активността на фирми и физически лица, тенденции по години и области, по продуктови сфери и други. Фокус на внимание са новите дигитално базирани услуги на Ведомството: електронно търсене, електронно заявяване, мултимедийни обучителни и информационни продукти в областта на дизайна.

19. **“Театърът в светлината на АП и СП”**, списание “Собственост и право” 2014, бр. 2

Статията представя театъра като творческа културна организация, като производител на културен продукт и като икономически субект с присъщите му

функции: художествено-творчески, художествено-производствени и административни. Представени са договорите, които сключва театърът в реализация на своята дейност с носители на авторски и на сродни права, условията на реализация на тези права, в т.ч. проблеми и подходи при решаването им.

20. **“План за действие в 10 стъпки на ЕК по прилагане на правата на интелектуална собственост”**, сп. “Собственост и право“, 2014 г., бр. 7

Статията представя необходимостта и съдържанието в основни точки на предприет план за действие на ЕК по защита и прилагане на правата на интелектуална собственост и необходимостта от информираност на гражданите и бизнеса за правата на интелектуална собственост, в т.ч. и осигуряване на достъп до правораздаване при нарушения на права на интелектуална собственост чрез т.н. Зелена книга.

21. **“Стратегия на ЕК за защита и прилагане на правата на интелектуална собственост в трети държави”**, сп. “Собственост и право”, 2014 г. , бр.12

Статията се фокусира върху необходимостта от ревизиране на стратегията на ЕК за защита и прилагане на правата на интелектуална собственост в трети държави в резултат на глобализиращия се свят, технологизацията и ролята на развиващия се свят в световната икономика. ЕК се фокусира върху сключване на търговски споразумения, създаване на бюра за техническа помощ, деблокиране на търговския и политически диалог, релевантно към проблемите на интелектуалната собственост и в прилагане на редица други нови и усъвършенствани мерки.

22. **“Дизайнът на печатно издание като интелектуална собственост”**, “Собственост и право”, 2016 г., бр.2

Дизайнът на печатното издание е представено като комплексна същност: като литературен текст и художествено оформление в единство. Идентифицирани са възможностите за установяване на комплексна закрила: като обекти на авторско право и като промишлен дизайн за онези творчески решения, които се възпроизвеждат многократно – дизайн на корица, шрифтове, цветове и графични решения. Изведено е значението при използване на обекта „промишлен дизайн“ за закрила на дизайна на корицата и другите творчески решения в печатното производство.

23. **„Нови моменти в правната регламентация на марките на ЕС“**, „Собственост и право“, 2017 г., бр. 11

Статията представя новата правна регулация на марката на ЕС като видове марки и дефинициите им, в т.ч. нови видове марки - холограмни, позиционни, сертификатни; като процедурни условия за получаване на закрила, в т.ч. променени изисквания – незадължителното графично представяне; изведена е

необходимостта от синхронизиране на българското законодателство в областта на закрилата на марки с европейското законодателство в областта.