

# Spis treści

Autorzy .....	IX
Wykaz skrótów .....	XI
Wykaz literatury .....	XV
Wstęp .....	XXI
<b>Renoma jako dobro niematerialne ze szczególnym uwzględnieniem problematyki znaków towarowych (Arkadiusz Baran) .....</b>	<b>1</b>
1. Wprowadzenie .....	1
2. Renomowane znaki towarowe .....	2
3. Renoma znaku towarowego w orzecznictwie .....	3
4. Dowodzenie renomy znaku towarowego .....	4
5. Dowody potwierdzające stopień znajomości znaku towarowego .....	5
6. Dowody potwierdzające atrakcyjność znaku towarowego .....	6
7. Moment, na który należy dowodzić renomy znaku towarowego .....	7
8. Geograficzny zasięg renomy znaku towarowego .....	8
9. Zakończenie .....	9
<b>Dochodzenie roszczeń z tytułu naruszenia autorskich praw osobistych w działalności prasowej (Anna Barć-Krupińska) .....</b>	<b>11</b>
1. Wprowadzenie .....	11
2. Definicja prasy .....	12
3. Roszczenia przysługujące z tytułu zagrożenia lub naruszenia autorskich praw osobistych .....	12
4. Legitymacja czynna .....	18
5. Legitymacja bierna .....	19
6. Przedawnienie roszczeń .....	20
7. Zakończenie .....	20
<b>Ochrona znaków towarowych w działalności gospodarczej – prawnokarne ujęcie i konsekwencje (Maciej Błotnicki) .....</b>	<b>23</b>
1. Wprowadzenie .....	23
2. Analiza art. 305 ust. 1 PrWłPrzem .....	24
3. Zagadnienie kar, środków karnych i innych środków reakcji prawnej względem podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą .....	30
4. Zakończenie .....	33

<b>Ochrona materiału naukowego zawartego w utworze naukowym</b>	
<i>(Julia Chlebny)</i> .....	35
1. Wprowadzenie .....	35
2. Materiał naukowy zawarty w utworze naukowym .....	36
3. Ochrona materiału naukowego .....	38
4. Zakończenie .....	44
<b>Unijna reforma ochrony danych osobowych – największe wyzwania dla polskiego przedsiębiorcy</b> <i>(Maciej Chodorowski)</i> .....	47
1. Wprowadzenie .....	47
2. Zabezpieczenia danych osobowych – podejście oparte na ryzyku ....	48
2.1. Czynniki, które należy uwzględnić przy ocenie właściwości zastosowanych środków ochrony danych .....	48
2.2. Sposoby zabezpieczania danych osobowych .....	49
2.3. Praktyczne problemy .....	49
3. Obowiązki informacyjne .....	50
3.1. Zakres informacji jakie należy przekazać .....	50
3.2. Moment powstania oraz sposób spełniania obowiązku informacyjnego .....	52
4. Prawo do przeniesienia danych .....	53
4.1. Przesłanki powstania prawa do przenoszenia danych osobowych .....	53
4.2. Realizacja prawa do przenoszenia danych .....	53
4.3. Zakres danych jakie objęte są prawem do przenoszenia danych .....	54
4.4. Format przekazania danych .....	55
5. Zakończenie .....	55
<b>Zastaw i użytkowanie praw własności przemysłowej</b> <i>(Karolina Gęba)</i> .....	57
1. Wprowadzenie .....	57
2. Ogólna charakterystyka praw własności przemysłowej .....	57
3. Obrót prawami własności przemysłowej .....	58
4. Zastaw zwykły i rejestrowy na prawach własności przemysłowej .....	59
5. Użytkowanie praw własności przemysłowej .....	61
6. Zakończenie .....	63
<b>Komercyjne wykorzystanie sztuki ulicznej (murale) w kontekście wolności panoramy</b> <i>(Ewa Jakimczuk)</i> .....	65
1. Wprowadzenie .....	65
2. Wolność panoramy .....	66
3. Inne wymagania związane z korzystaniem z wolności panoramy .....	70
4. Zakończenie .....	73

<b>Przedsiębiorca a prawa do wytworu intelektualnego stworzonego przez jego pracownika</b> ( <i>Paweł Juściński, Przemysław Juściński</i> ) .....	75
1. Wprowadzenie .....	75
2. Przedsiębiorca a pracodawca .....	76
3. Regulacje prawa własności przemysłowej .....	76
4. Regulacje prawnoautorskie .....	79
5. Zakończenie .....	84
<b>Zakres pojęcia przedsiębiorcy w Prawie własności przemysłowej</b> ( <i>Katarzyna Krzyżowska</i> ) .....	85
<b>Klientela jako składnik niematerialny przedsiębiorstwa</b> ( <i>Paulina Miksza</i> ) .....	93
<b>Autor utworu jako konsument</b> ( <i>Klaudia Niewęłowska</i> ) .....	101
1. Wprowadzenie .....	101
2. Pojęcie autora (twórcy) .....	101
3. Pojęcie konsumenta .....	103
4. Czy autor utworu może być uznany za konsumenta? .....	105
5. Zakończenie .....	107
<b>Niedozwolone naśladownictwo produktów w działalności gospodarczej</b> ( <i>Joanna Smoczyńska, Natalia Tomasiak</i> ) .....	109
<b>Komercjalizacja wizerunku. Aspekty prawne</b> ( <i>Małgorzata Szwed, Natalia Ściuba</i> ) .....	117
1. Wprowadzenie .....	117
2. Pojęcie wizerunku .....	117
3. Treść prawa do wizerunku .....	118
4. Charakter prawa do wizerunku .....	119
5. Przesłanki dochodzenia ochrony .....	120
6. Rodzaje roszczeń ochronnych .....	121
7. Problematyka wykorzystania wizerunku osób powszechnie znanych .....	122
8. Zakończenie .....	124
<b>Jurysdykcja krajowa w zakresie czynów nieuczciwej konkurencji naruszających prawa własności intelektualnej na gruncie prawa polskiego oraz prawa Unii Europejskiej</b> ( <i>Kamil Wójcik</i> ) .....	125
1. Wprowadzenie .....	125
2. Terytorialny charakter praw własności intelektualnej .....	126
3. Zagadnienia ogólne dotyczące jurysdykcji w zakresie praw własności intelektualnej .....	128
3.1. Źródła jurysdykcji krajowej .....	128

## Spis treści

---

3.2. Zakres pojęcia czynu niedozwolonego .....	130
3.3. <i>Forum delicti commissi</i> – czyli łącznik miejsca zdarzenia wyrządzającego szkodę .....	133
4. Zakończenie .....	137
<b>Ochrona ras zwierząt w prawie własności intelektualnej (Alicja Żywicka) .</b>	139
1. Wprowadzenie .....	139
2. Kwalifikowanie zdolności patentowej zwierząt .....	140
3. Patentowanie wyższych form życia .....	141
4. Europejskie oraz polskie ustawodawstwo regulujące patentowanie wynałzków biotechnologicznych .....	144
5. Materiał biologiczny – wynalazek czy odkrycie naukowe? .....	145
6. Kwestie etyczne związane z patentowaniem wynalazków biotechnologicznych .....	146
7. Zakończenie .....	147
<b>Informacja o Stowarzyszeniu KOPIPOL – organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi do utworów naukowych .....</b>	149
1. Organizacja .....	149
2. Opłaty .....	150
3. Repartycja opłat – wypłaty dla naukowców .....	150
<b>Indeks rzeczowy .....</b>	153