

## НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ РАБОТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

### ФУНКЦИИ, ВЫПОЛНЯЕМЫЕ ТОВАРНЫМ ЗНАКОМ

**Ботарева Кристина Сергеевна,**

*студентка 1 курса, магистратура,  
кафедры дизайна, технической и компьютерной графики,  
Кубанский государственный университет,  
г. Краснодар;*

**Марченко Марина Николаевна**

*д-р пед. наук, профессор кафедры дизайна, технической и компьютерной графики,  
Кубанский государственный университет,  
г. Краснодар*

**Аннотация.** В статье рассматриваются функции товарных знаков, приведен их перечень и значение. Описано содержание лекционного курса в процессе обучения дизайн-проектированию в обучении студентов вузов.

**Ключевые слова:** товарный знак, функции знака, идентификация, гарантия, реклама, охрана, индивидуализирующая.

### FUNCTIONS OF A TRADEMARK

***Kristina S. Botareva,***

*first year master student  
chair of design, technical and computer graphic,  
The Kuban State University,  
Krasnodar*

***Marina N. Marchenko,***

*Doctor of pedagogy, professor of design, technical and computer graphic Chair,  
The Kuban State University,  
Krasnodar*

**Abstract.** The article deals with the functions of trademarks. The list and meaning of trademarks is presented in the article. The content of the lecture course in the process of teaching design engineering to University students is described.

## НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ РАБОТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

*Key words: trademark, functions of trademark, identification, warranty, advertising, security, individualizing.*

Учебная деятельность является основой развития творческой личности, в которой обучающийся становится настоящим субъектом образовательного процесса [2]. В процессе профессиональной подготовки графических дизайнеров необходимо обучение грамотного и последовательного проектирования товарного знака [3]. Товарный знак, несмотря на кажущуюся простоту, должен соответствовать ряду юридических, патентных, маркетинговых, проектно-художественных и культурологических требований [1].

Согласно определению, данному в ст. 1477 Части четвертой ГК РФ, товарный знак и знак обслуживания – это зарегистрированные в установленном порядке обозначения, служащие для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг юридическими лицами либо индивидуальными предпринимателями. Товарный знак может быть выполнен в виде слова, слогана, рисунка, этикетки и т.д. Право владельца на знак обеспечивается правовой защитой со стороны государства. Товарный знак выполняет функции: идентификационную, индивидуализирующую, рекламную, гарантийную, охранную, психологическую.

*Идентификационная* (или информационная) функция способствует при помощи знаков и надписей обозначать производителя или продавца той или иной продукции, чтобы покупатель с его помощью смог отличать продукцию одного изготовителя от товара другого. Логотип помогает покупателю понять, откуда данный товар, опознать его, соотнести представленную продукцию с производителем. Торговая марка должна недвусмысленно и четко говорить покупателю об изготовителе продукции. Знак может не только идентифицировать товар или услугу с фирмой-производителем, но и быть фирменным наименованием предприятия. Идентификационная функция является самым главным свойством;

## НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ РАБОТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

*Индивидуализирующая* функция способствует выделению конкретного товара. Из массы товаров, останавливая свой выбор на какой-то определенной продукции, покупатель отдает предпочтение самой компании, которая произвела этот продукт;

*Рекламная* функция. Активно раскрытый знак является самостоятельной рекламой продукции, на которой он зафиксирован. Чтобы знак выполнял свои рекламные функции эффективно, он должен выполнять ряд требований таких, как: оригинальность, ассоциативность, эстетичность, запоминаемость. Товар, который получает за высокий уровень качества, маркированного знаком, популярность среди покупателей, проецирует ожидания качества на новый продукт. Это стимулирует потребителя на приобретение других товаров, снабженных тем же товарным знаком;

*Гарантийная*, стимулирующая (качественная) функция зависит от сложившегося имиджа фирмы и реализуется в том, что фиксированием своего знака на продукции производитель удостоверяет качество своего товара. Эта функция стимулирует изготовителя выдерживать высокое качество своей продукции. С другой стороны, гарантирует покупателю качество товара. Низкое качество само по себе дискредитирует товарный знак, зафиксированный на такой продукции (он в этом случае будет служить антирекламой товару);

*Охранная* (защитная) функция защищает производимую изготовителем продукцию от ее подделок. Данная функция подлежит защите со стороны государства путем предоставления владельцу товарного знака исключительного права на его использование для своей продукции. Закон преследует тех нарушителей, кто пытается незаконно выставлять свой товар или услугу под уже зарегистрированным другим владельцем знак;

*Психологическая* функция связана с гарантийной и рекламной функциями. Увидев знакомый знак, хорошо себя зарекомендовавший на рынке и в сознании покупателя, потребитель верит, что продукция, на которую он приобретает, является товаром высокого качества.

## НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ РАБОТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ажгихин С.Г. Основы проектирования товарного знака. – Краснодар, 2010. – С. 39-40.
2. Ажгихин С.Г. Формирование технологических знаний студентов вузов в процессе обучения проектированию в графическом дизайне // Историческая и социально-образовательная мысль. – № 3. – 2011. – С.39-43.
3. Старикова Е.А., Марченко М.Н. Макро- и микротипографика как основные инструменты дизайнера при проектировании печатных изданий. Дизайн образование: проблемы и перспективы. Сб. науч. трудов. – Краснодар: КубГУ, 2016. – С. 341-346.