

<<营销法律实务>>

图书基本信息

书名：<<营销法律实务>>

13位ISBN编号：9787121129261

10位ISBN编号：7121129264

出版时间：2011-4

出版时间：电子工业出版社

作者：朱保芹 主编

页数：270

字数：377000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<营销法律实务>>

内容概要

《营销法律实务》一书是基于学习情境的项目式人才培养的创新教材，融汇了法律和营销两种学科的知识，涉及与企业、消费者、社会利益的冲突和协调。

本书的突出特点是，以工作中遇到的实际问题为主线，以各个学习情境组织整个课程的教学，在传授理论知识的同时，注重培养学生的实际操作能力，是一本既注重理论又重视实际操作的教材。

设计有效的学习任务是组织行动导向学习的关键，本书预先设定明确的学习任务，并以实际的案例为依据，学习每个情境，最终使学生身临其境地体会在营销的过程中所涉及的法律知识。

本书在教师课堂教授的基础上，更侧重于学生利用理论解决实际问题的动手能力的培养和训练。因此，在课堂上教师要引导学生进入学习情境中，提高学生能动的学习兴趣，培养学生的动手能力、自学能力和实践能力。

本书向读者详细介绍了与企业各个主要营销行为有关的法律法规，显然，加强市场营销法律规制研究是影响企业竞争力的一个重要因素，影响企业市场营销的能力和目标是企业进行市场营销策划和市场调研的重要内容之一。

所以，本书通过系统介绍与市场营销相关的法律法规，使企业的营销人员能充分了解和掌握规范营销行为的相关法律法规，以便使更多企业了解并掌握“游戏规则”，更好地指导自己的行为，进而实现营销工作的最终目的——创造消费者，成为竞争中的真正赢家。

本书既适合于高职高专、大专本科类市场营销专业的学生使用，也可供市场营销从业人员使用。

<<营销法律实务>>

书籍目录

- 学习任务一 营销主体法律
 实际案例
 学习档案
 情境一 公司法
 情境二 合伙企业法
 情境三 个人独资企业法。
- 分组讨论
 学习反馈
 实务操作
 延伸阅读：合伙协议
- 学习任务二 营销产品法律
 实际案例
 学习档案
 情境一 价格法律制定
 情境二 产品质量法
 情境三 工业产权法
- 分组讨论
 学习反馈
 实务提示
 实务操作
 延伸阅读：驰名商标与网络域名
- 学习任务三 营销合同管理
 实际案例
 学习档案
 情境一 《合同法》概述
 情境二 合同的订立
 情境三 合同的效力
 情境四 合同的履行
- 分组讨论
 学习反馈
 实务提示
 实务操作
 延伸阅读：销售合同范本
- 学习任务四 营销秩序法律
 实际案例
 学习档案
 情境一 反不正当竞争法
 情境二 反垄断法
- 分组讨论
 学习反馈
 实务提示
 实务操作
 延伸阅读：可口可乐收购汇源案
- 学习任务五 营销促销法律

<<营销法律实务>>

实际案例

学习档案

情境一 广告法

.....

学习任务六 营销人员管理的法律

学习任务七 营销企业的纳税

学习任务八 营销争议的解决

参考文献

章节摘录

版权页：插图：2) 假冒他人专利，即违背专利权人的意愿，以欺骗他人并获取高额利润为目的而冒充已获得专利权的发明创造。

根据《实施细则》规定，下列行为属于假冒他人专利的行为：未经许可，在其制造或销售的产品、产品的包装上标注他人的专利号；未经许可，在广告或其他宣传材料中使用他人的专利号，使人将所涉及的技术误认为是他人的专利技术；未经许可，在合同中使用他人的专利号，使人将合同涉及的技术误认为是他人的专利技术；伪造或变造他人的专利证书、专利文件或专利申请文件。

根据《实施细则》规定，下列行为属于以非专利产品冒充专利产品、以非专利方法冒充专利方法的行为：制造或销售标有专利标记的非专利产品；专利权被宣告无效后，继续在制造或销售的产品上标注专利标记；在广告或其他宣传材料中将非专利技术称为专利技术；在合同中将非专利技术称为专利技术；伪造或变造专利证书、专利文件或者专利申请文件。

但根据《专利法》规定，有下列情形之一的，不视为侵犯专利权：专利权人制造、进口或经专利权人许可而制造、进口的专利产品或依照专利方法直接获得的产品售出后，使用、许诺销售或销售该产品的；在专利申请日前已经制造相同产品、使用相同方法或已经做好制造、使用的必要准备，并且仅在原有范围内继续制造、使用的；临时通过中国领陆、领水和领空的外国运输工具，依照其所属国同中国签订的协议或共同参加的国际条约，或依照互惠原则，为运输工具自身需要而在其装置和设备中使用有关专利的；专为科学研究和实验而使用有关专利的。

为生产经营目的使用或销售不知道是未经专利权人许可而制造并售出的专利产品或依照专利方法直接获得的产品，能证明其产品合法来源的，不承担赔偿责任。

3. 专利侵权行为的法律责任根据《专利法》规定，未经专利权人许可，实施其专利，即侵犯其专利权，引起纠纷的，由当事人协商解决；不愿协商或协商不成的，专利权人或利害关系人可以向人民法院起诉，也可以请求管理专利工作的部门处理。

管理专利工作的部门处理时，认定侵权行为成立的，可以责令侵权人立即停止侵权行为，并应当事人的请求，可以就侵犯专利权的赔偿数额进行调解。

关于侵犯专利权的赔偿数额，按照权利人因被侵权所受到的损失或侵权人因侵权所获得的利益确定；被侵权人的损失或侵权人获得的利益难以确定的，参照该专利许可使用费的倍数合理确定。

<<营销法律实务>>

编辑推荐

《营销法律实务》：强大的专家阵容：市场营销专业创新团队+职教专家+行业学会；全新时设计思路：分派工作任务+学习相关知识+完成工作任务+考核完成质量；独特时出版形式：单个领域课程学习情境合订购买+多个学习情境定制购买；丰富的教学资源：一对一（课程）教辅+一对多（专业）综合教辅；创新的网络平台：扩展的学习资源+灵活的线上活动。
联合60多所院校策划，满足“工学结合”需求。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>