

القانون الواجب التطبيق على العلامة التجارية الإلكترونية « دراسة مقارنة »

دكتور
علي حسين دويح

المركز القومي للإصدارات القانونية
The National Center for Legal Publications



الصفحة	الموضوع
11	المقدمة.....
	مبحث تمهيدي
23	ماهية العلامة التجارية الإلكترونية
23	المطلب الاول: مفهوم العلامة التجارية الإلكترونية.....
24	الفرع الاول: تعريف العلامة التجارية الإلكترونية.....
28	الفرع الثاني: اهمية العلامة التجارية.....
30	الفرع الثالث: انواع العلامة التجارية.....
34	الفرع الرابع: الطبيعة القانونية للعلامة التجارية الإلكترونية.....
	المطلب الثاني: تميز العلامة التجارية الالكترونية عما يشبهها من
37	مفاهيم.....
	الفرع الاول: التميز بين العلامة التجارية الالكترونية والعنوان
38	الالكتروني.....
	الفرع الثاني: التميز بين العلامة التجارية الإلكترونية والإعلان
40	التجاري الإلكتروني.....
	الفرع الثالث: تميز العلامة التجارية الالكترونية عن الرابط
43	الالكتروني.....
	الفرع الرابع: تمييز العلامة التجارية الإلكترونية عن الإطار
46	الإلكتروني.....

الصفحة	الموضوع
	الفصل الأول
	تحديد القانون الواجب التطبيق من خلال
	منهج قواعد الإسناد
51	
53	المبحث الأول: منهج قواعد الأسناد ذات الطابع الشخصي.....
55	المطلب الأول: تطبيق قانون الإرادة.....
55	الفرع الأول: التعبير الصريح عن الإرادة.....
58	الفرع الثاني: الإرادة الضمنية.....
60	الفرع الثالث: القيود التي ترد على قانون الارادة.....
	المطلب الثاني: قانون الارادة في التشريعات الوطنية والاتفاقيات
	الدولية.....
62	
62	الفرع الأول: قانون الارادة في التشريعات الوطنية.....
65	الفرع الثاني: قانون الارادة في الاتفاقيات الدولية.....
68	المبحث الثاني : منهج قواعد الإسناد ذات الطابع الإقليمي.....
69	المطلب الأول: محل تسجيل العلامة التجارية الإلكترونية.....
	الفرع الأول: أثر التسجيل المحلي للعلامة التجارية على القانون
71	الواجب التطبيق.....
	الفرع الثاني: أثر التسجيل الدولي للعلامة التجارية الإلكترونية
76	على القانون الواجب التطبيق.....

الصفحة	الموضوع
	المطلب الثاني: القانون الأكثر صلة بالعلامة التجارية
81	الإلكترونية.....
83	الفرع الأول: قانون الموطن المشترك.....
85	الفرع الثاني: قانون محل إبرام العقد.....
87	الفرع الثالث: قانون محل تنفيذ العقد.....
	المطلب الثالث: القانون الواجب التطبيق في الالتزامات غير العقدية
88	الناشئة عن إساءة استعمال العلامة التجارية الإلكترونية.....
	المطلب الرابع: دور الأثر التجاري للعلامة الإلكترونية في تحديد
91	القانون الواجب التطبيق.....
	الفصل الثاني
	تحديد القانون الواجب التطبيق من خلال منهج
	القواعد الموضوعية
97	
100	المبحث الأول: منهج القواعد ذات التطبيق الضروري.....
101	المطلب الأول: مفهوم القواعد ذات التطبيق الضروري.....
101	الفرع الأول: تعريف قواعد التطبيق الضروري.....
105	الفرع الثاني: خصائص القواعد ذات التطبيق الضروري.....
107	المطلب الثاني: معايير تحديد القواعد ذات التطبيق الضروري.....
107	الفرع الأول: المعيار الشكلي.....

الصفحة	الموضوع
108	الفرع الثاني: المعايير الفنية.....
110	الفرع الثالث: معيار الغاية.....
112	الفرع الرابع: المعيار العقلاني.....
	المطلب الثالث: التطبيقات القضائية للقاعدة ذات التطبيق
113	الضروري.....
	المطلب الرابع: منهج القواعد ذات التطبيق الضروري في التعاملات
116	الإلكترونية.....
	المبحث الثاني: منهج القواعد الموضوعية المتعلقة بالتجارة الدولية
120	الإلكترونية.....
	المطلب الأول: الوسائل الأصلية لتسوية المنازعات الإلكترونية كمصدر
122	للقواعد الموضوعية لمنازعات العلامة التجارية الإلكترونية.....
122	الفرع الأول: المعاهدات الدولية الخاصة بالعلامات التجارية.....
	الفرع الثاني: العرف التجاري في مجال التجارة الدولية
138	الإلكترونية.....
	المطلب الثاني: الوسائل البديلة (المستحدثة) لتسوية المنازعات
142	الإلكترونية كمصدر للقواعد الموضوعية.....
143	الفرع الأول: التحكم الإلكتروني.....
	الفرع الثاني: القواعد الموحدة لتسوية منازعات العلامة التجارية
148	الإلكترونية.....

الصفحة	الموضوع
	الفصل الثالث
	التكاملية بين منهج قواعد الاسناد والقواعد الموضوعية
157	في تحديد الحماية للعلامة التجارية الالكترونية
	المبحث الأول: التكاملية في تحديد الحماية المدنية للعلامة التجارية
160	الإلكترونية
161	المطلب الأول: صور الحماية المدنية للعلامة التجارية
161	الفرع الأول: الحماية المؤقتة للعلامة التجارية
165	الفرع الثاني: الحماية الدائمة للعلامة التجارية
166	الفرع الثالث: الحماية الاستثنائية للعلامة التجارية
168	الفرع الرابع: حماية العلامة المشهورة
	المطلب الثاني: التكاملية في المسؤولية التقصيرية الناشئة عن انتهاك
170	العملية التجارية الإلكترونية
171	الفرع الأول: الخطأ الإلكتروني
172	الفرع الثاني: الضرر الإلكتروني
	الفرع الثالث: العلاقة السببية بين الخطأ الإلكتروني والضرر
174	الإلكتروني
	الفرع الرابع: التطبيقات القضائية للمسؤولية التقصيرية في
174	العلامات التجارية الإلكترونية
176	المطلب الثالث: التكاملية في المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية

الصفحة	الموضوع
	الإلكترونية.....
	الفرع الأول: شروط المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية
177	الإلكترونية.....
180	الفرع الثاني: الخطأ الإلكتروني في المنافسة غير المشروعة.....
181	الفرع الثالث: المنافسة غير المشروعة في الاتفاقيات الدولية.....
	الفرع الرابع: القانون الواجب التطبيق في المنافسة غير
182	المشروعة.....
	المبحث الثاني: التكاملية في تحديد الحماية الجنائية للعلامة
185	التجارية الإلكترونية.....
	المطلب الأول: التكاملية في شروط ونطاق الحماية الجنائية للعلامة
186	التجارية الإلكترونية.....
	الفرع الأول: شروط إقامة الدعوى الجنائية لحماية العلامة التجارية
187	الإلكترونية.....
	الفرع الثاني: النطاق الزماني والمكاني للحماية الجنائية للعلامة
190	التجارية الإلكترونية.....
	المطلب الثاني: التكاملية في تحديد القانون الواجب التطبيق في
192	التزوير والتقليد.....
193	الفرع الأول: مفهوم التزوير والتقليد في العلامات التجارية.....
195	الفرع الثاني: القانون الواجب التطبيق في التزوير والتقليد.....

الصفحة	الموضوع
198	المطلب الثالث: التكاملية في تحديد القانون الواجب التطبيق على السطو الإلكتروني.....
199	الفرع الأول: مفهوم السطو الإلكتروني.....
201	الفرع الثاني: صور الاعتداءات الإلكترونية على العلامة التجارية الإلكترونية.....
204	الفرع الثالث: القانون الواجب التطبيق في الاعتداء الإلكتروني على العلامة التجارية الإلكترونية.....
213	الاستنتاجات والتوصيات.....
219	قائمة المصادر.....
233	الملاحق.....
238	الملخص.....
241	فهرس الكتاب.....

نرحم الله وتوفيقه

