

V této práci se snažím především analyzovat ochrannou známku a její možné využití v rámci konkurenčního boje na přelomu devatenáctého a dvacátého století a to na příkladu plzeňských pivovarů. V práci se mi podařilo nahlížet na její funkci z několika různých pohledů, ať již estetického, či právního. Ve všech případech jsem se snažila určit její postavení a důležitost v rámci podnikového know-how. Práce přináší některé nové pohledy na roli ochranné známky, především coby aktivního nástroje konkurenčního boje. Znamka tedy nevstupovala do hospodářských dějin jen jako pasivní činitel, ale bylo ji možno využít i aktivní preventivní obraně dobrého jména značky.