Università Mercatorum

Università telematica delle Camere di Commercio Italiane

PROGRAMMA DEL CORSO DI INTELLECTUAL PROPERTY, COMPETITION AND DATA MANAGEMENT

SETTORE SCIENTIFICO

IUS/04

CFU

10

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere gli aspetti principali degli istituti che regolano il diritto commerciale in riferimento all'imprenditore, alle società di persone e di capitali.

Specifica attenzione è dedicata al Diritto Industriale per la Tutela della proprietà industriale in chiave comparata.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Il corso, anche attraverso l'analisi di documenti tipo (delibere, atti costitutivi, statuti, ricerche di anteriorità, titoli di proprietà industraile), è finalizzato a fornire strumenti di analisi e valutazione degli effetti connessi alle varie decisioni della vita dell'impresa e alle relative forme di pubblicità e tutela.

Autonomia di giudizio: Attraverso la ricognizione dei diversi strumenti giuridici , lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione alla selezione degli atti rilevanti per le varie decisioni dell'impresa.

Abilità comunicative. La presentazione dei profili tecnici connessi al diritto commerciale sarà svolta in modo da consentire l'acquisizione della padronanza di un linguaggio tecnico e di una terminologia specialistica adeguati.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (documenti ufficiali, articoli di riviste e quotidiani economici) in modo da sviluppare le capacità applicative.

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

-Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;

-Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;

-Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzione da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consento invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

LIBRI DI RIFERIMENTO

Il docente indicherà uno o più testi di riferimento

AGENDA

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti:

• L’iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l’iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E’ previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.

Attività di didattica erogativa (DE):

• 60 Videolezioni

Totale 60 ore

Attività di didattica interattiva (DI):

• Redazione di un elaborato

• Partecipazione a una web conference

• Lettura area FAQ

• Svolgimento delle prove in itinere con feedback

• Svolgimento della simulazione del test finale

Totale 10 ore

Attività di autoapprendimento:

• 180 ore per lo studio individuale

OBIETTIVI FORMATIVI PER IL RAGGIUNGIMENTO DEI RISULTATI DI APPRENDIMENTO PREVISTI NELLA SCHEDA SUA

Obiettivo dell’insegnamento è fornire gli elementi di base di conoscenza del diritto d'autore e industriale, messi altresì in relazione alla disciplina dell'imprenditore, delle società di persone e di capitali, nonché del diritto della concorrenza e della privacy, con specifico riferimento alla tutela delle opere dell'ingegno, dei marchi e dei brevetti.

MODALITÀ DI RACCORDO CON ALTRI INSEGNAMENTI

Il corso si raccorda altre materie a carattere giuridico ed aziendale. In particolare ai corsi di economia aziendale, diritto commerciale e diritto privato.

Il raccordo tra le materie avverrà tramite la preliminare condivisione dei programmi tra i docenti finalizzata ad evitare duplicazioni/sovrapposizioni del programma ed assicurare la completezza degli argomenti trattati.

PROGRAMMA DIDATTICO

1. Proprietà intellettuale e altre aree del diritto

2. I fondamenti costituzionali e la normativa euro unitaria

3. I beni immateriali ed i profili economici evolutivi della proprietà intellettuale

4. Diritto d’autore e diritto industriale: oggetto e differenze fondamentali di disciplina

5. Evoluzione storica e prospettiva comparata della proprietà intellettuale

6. La dimensione internazionale della proprietà intellettuale

7. Il titolo d’acquisto e la SIAE

8. L’autore

9. Il carattere creativo

10. Le opere protette e il diritto d’autore d’impresa

11. Il diritti morali e i diritti di utilizzazione economica

12. L’alienazione dei diritti e i contratti

13. I diritti connessi

14. Le violazioni del diritto e le difese civili

15. Diritto d’autore e Internet

DA DIRITTO COMMERCIALE REVIGLIONO

16. Elementi di diritto commerciale

17. L’imprenditore

18. Le categorie di imprenditore: piccolo imprenditore e imprenditore commerciale

19. L’imprenditore agricolo

20. Lo statuto dell’imprenditore commerciale

21. L’azienda

22. Nozione di società e principi generali

23. Le società di persone: disciplina generale

24. Le società di persone: posizione dei creditori, amministrazione e rappresentanza, modificazioni all’atto costitutivo

25. La società in accomandita semplice

26. La società per azioni: nozione e caratteri essenziali

27. La costituzione della società per azioni

28. La società a responsabilità limitata: nozione, profili generali ed atto costitutivo 29. Società a responsabilità limitata semplificata e a capitale ridotto: profili generali

30. S.r.l.s. e a capitale ridotto: la disciplina relativa al capitale sociale ed il passaggio da s.r.l.s. a s.r.l. e viceversa

31. La s.r.l. con capitale inferiore a 10.000 euro. Operazioni straordinarie nella s.r.l.s. e s.r.l. con capitale inferiore a 10.000 euro

32. Start-up innovativa ed incubatore certificato: profili generali

33. Start-up: deroghe al diritto societario

34. Start-up innovative s.r.l.: struttura finanziaria e particolari casi applicativi. Start-up e crowdfunding come modalità di finanziamento: la evoluzione legislativa

35. Il crowdfunding

---

36. Un approfondimento comparatistico: il marchio negli Stati Uniti

37. I segni distintivi

38. Le tipologie di marchio

39. Il titolo costitutivo

40. I requisiti del marchio

41. Nullità ed estinzione del diritto

42. Altri tipi di marchio

43. Circolazione dei segni distintivi

44. Violazione del diritto e tutele civili

45. Le invenzioni

46. Invenzioni di prodotto e di procedimento

47. La brevettazione

48. Il trasferimento

49. I nuovi brevetti

50. Ulteriori profili di disciplina

51. La violazione del diritto e le tutele civili

52. La concorrenza sleale

53. I rimedi

54. L’antitrust in generale

55. I soggetti e le intese

57. L’abuso di posizione dominante

57. Privacy: definizione e disciplina

58. Informativa, consenso e profilazione

59. Il nuovo regolamento Privacy

60. Privacy e diritto all’immagine