



UNIVERSITÀ DI PAVIA

Anno Accademico 2019/2020

DIRITTO D'AUTORE E DELLA PUBBLICITA'

Anno immatricolazione	2017/2018
Anno offerta	2019/2020
Normativa	DM270
SSD	IUS/04 (DIRITTO COMMERCIALE)
Dipartimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
Corso di studio	COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ
Curriculum	PERCORSO COMUNE
Anno di corso	3°
Periodo didattico	Primo Semestre (30/09/2019 - 16/12/2019)
Crediti	6
Ore	36 ore di attività frontale
Lingua insegnamento	Italiano
Tipo esame	SCRITTO
Docente	LAVAGNINI SIMONA (titolare) - 3 CFU DE ANGELIS DANIELE - 3 CFU
Prerequisiti	Il corso mira a fornire competenze giuridiche di base nel settore del diritto d'autore e della pubblicità. E' preferibile che lo studente abbia alcuni primi rudimenti del diritto civile, anche se i temi verranno affrontati in modo tale da poter essere appresi anche da chi non abbia competenze specifiche nel settore del diritto.
Obiettivi formativi	Il corso è destinato agli studenti del III anno di CIM. L'insegnamento di diritto d'autore e diritto della pubblicità introduce alla disciplina relativa, tracciandone l'evoluzione storica, le fonti e le finalità, anche secondo una prospettiva concorrenziale e con uno sguardo rivolto al fenomeno dei nuovi media, di internet e dei social network. Al termine del corso gli studenti avranno acquisito una conoscenza adeguata del settore di riferimento, in modo tale da potersi proporre come creatori o come utilizzatori di opere dell'ingegno, ovvero come operatori del settore della pubblicità. Oltre alle conoscenze giuridiche verranno infatti forniti alcuni

consigli pratici e di orientamento.

Programma e contenuti

Parte 1 – Diritto d'autore – prof. Simona Lavagnini

Il programma di diritto d'autore prende le mosse da una introduzione generale al sistema dei diritti di proprietà intellettuale, per tracciarne l'emersione storica, sociale e giuridica. Successivamente si affrontano, anche con esempi pratici e casi giurisprudenziali, i temi principali dell'insegnamento, dall'oggetto del diritto, al catalogo delle opere protette, al carattere creativo, alle opere utili, ai soggetti del diritto, ai diritti patrimoniali e morali.

Parte 2 – Diritto della pubblicità – prof. Daniele De Angelis

Il programma del corso delinea il sistema normativo ed autoregolamentare della disciplina della pubblicità. Tratta la tutela della pubblicità in sé, del mercato, della impresa concorrente e del consumatore. In questa prospettiva, approfondisce i temi della pubblicità ingannevole e comparativa, anche con riguardo ai nuovi media, al mondo di internet e dei social network. I temi sono approfonditi mediante lo studio di casi pratici.

Metodi didattici

Il corso prevede lezioni frontali con l'ausilio di slides che verranno messe a disposizione degli studenti. I temi verranno affrontati anche mediante l'esposizione di casi giurisprudenziali recenti, in grado di illustrare in modo problematico le questioni più rilevanti della materia, nel contesto attuale di riferimento.

Testi di riferimento

Parte 1 – Diritto d'autore – prof. Simona Lavagnini

Diritto industriale, proprietà intellettuale e concorrenza, a cura di Auteri, Florida, Mangini, Olivieri, Ricolfi, Spada, IV ed., Giappichelli, Torino, 2012, solo la parte VII (diritto d'autore), da pag. 539 a pag. 653

Sussidi didattici utili

Testo aggiornato della legge 22 aprile 1941, n. 633

Parte 2 – Diritto della pubblicità – prof. Daniele de Angelis

Commentario breve alle leggi su proprietà intellettuale e concorrenza, a cura di L.C. Ubertazzi, V ed., Cedam, 2012, limitatamente alle seguenti parti: pp. 2080-2088 (paragrafi XXXVII-XLII), 2106-2110 (paragrafo LXXX, sezione XXI-XXII), 2139-2247, 2292-2296, 2299- 2341, 2391-2417.

Sussidi didattici utili

Diritto della pubblicità: norme e materiali, che può essere consultato dal sito www.ubertazzi.it.

Modalità verifica

Esame con prova orale. Nel corso dell'esame allo studente verranno

apprendimento

rivolte domande relative alla materia studiata (sia diritto d'autore sia pubblicità), con l'obiettivo di verificare le competenze acquisite, ed in particolare la comprensione dei principali istituti giuridici (diritti, soggetti, eccezioni), l'acquisizione di una adeguata terminologia legale specifica, la capacità di esporre i concetti in modo ordinato e corretto anche dal punto di vista logico.

Altre informazioni

Esame con prova orale. Nel corso dell'esame allo studente verranno rivolte domande relative alla materia studiata (sia diritto d'autore sia pubblicità), con l'obiettivo di verificare le competenze acquisite, ed in particolare la comprensione dei principali istituti giuridici (diritti, soggetti, eccezioni), l'acquisizione di una adeguata terminologia legale specifica, la capacità di esporre i concetti in modo ordinato e corretto anche dal punto di vista logico.

Obiettivi Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile

[\\$bl legenda sviluppo sostenibile](#)