



UNIVERSITÀ DI PAVIA

Anno Accademico 2022/2023

DIRITTO D'AUTORE E DELLA PUBBLICITA'

Anno immatricolazione	2020/2021
Anno offerta	2022/2023
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 (26/09/2022 - 16/12/2022)
Crediti	6
Ore	36 ore di attività frontale
Lingua insegnamento	Italiano
Tipo esame	SCRITTO
Docente	BERTANI MICHELE GIUSEPPE (titolare) - 6 CFU
Prerequisiti	Durante le lezioni frontali i temi oggetto del corso saranno trattati con modalità tali da consentire l'apprendimento anche a studenti che non abbiano precedentemente acquisito competenze specifiche in materia giuridica.
Obiettivi formativi	Il corso mira a far conseguire agli studenti la conoscenza dei lineamenti di fondo del sistema italiano ed euro-unitario del diritto d'autore e della disciplina pubblicità. Mira inoltre a fargli acquisire la padronanza del lessico specifico dei sistemi normativi ora ricordati, nonché a farne comprendere la funzione svolta (per quanto riguarda il diritto d'autore) nell'ambito della regolazione dei mercati dei prodotti culturali e rispettivamente (per quanto riguarda la disciplina della pubblicità) nel quadro della tutela del consumatore quale arbitro della competizione economica.
Programma e contenuti	Il diritto d'autore

- Introduzione storica sull'evoluzione della disciplina a tutela delle opere dell'ingegno
- Brevi cenni di economia della proprietà intellettuale
- La fattispecie costitutiva dei diritti patrimoniali e morali d'autore
- L'oggetto della tutela ed i requisiti di proteggibilità delle opere dell'ingegno
- La disciplina dell'appartenenza dei diritti patrimoniali e morali
- Il contenuto del diritto patrimoniale d'autore
- I diritti morali d'autore

Il diritto della pubblicità

- I sistemi normativi che disciplinano la pubblicità in Italia: evoluzione storica e fonti della disciplina
- Disciplina della pubblicità e sovranità del consumatore
- Il divieto della pubblicità ingannevole
- Il divieto della pubblicità occulta
- La disciplina della pubblicità comparativa
- Sistemi normativi e profili sanzionatori

Metodi didattici

Il corso avrà carattere prevalentemente seminariale, con lezioni frontali. La ricostruzione sistematica del diritto d'autore e della disciplina della pubblicità sarà integrata costantemente dalla discussione di casi giurisprudenziali, con particolare riferimento ai problemi connessi all'utilizzazione delle opere dell'ingegno ed all'advertising nelle piattaforme online e mediante i nuovi media.

Durante il periodo di lezione gli studenti frequentanti saranno invitati a svolgere esercitazioni orali nelle quali, prese le parti di giudice, attore e convenuto, discuteranno controversie già conosciute dalla giurisprudenza. L'esercitazione sarà valutata ed il relativo esito sarà considerato ai fini della determinazione del voto finale.

Testi di riferimento

Per la parte relativa al diritto d'autore:

-BERTANI, Diritto d'autore europeo, Giappichelli, Torino, 2011, pp. 1-56, 71-273

Per la parte relativa al diritto della pubblicità gli studenti frequentanti potranno avvalersi degli appunti delle lezioni. Altri materiali verranno messi a disposizione durante il corso. In alternativa, e così tra l'altro in caso di mancata frequenza, si consiglia lo studio di:

-AA. VV., Diritto industriale. Proprietà intellettuale e concorrenza, VI ed., Giappichelli, Torino, 2020, pp. 426-455.

Modalità verifica apprendimento

Al termine del corso la prova finale, tanto per gli studenti frequentanti quanto per quelli non frequentanti, sarà costituita da un esame orale.

Altre informazioni

La frequenza del corso e la preparazione dell'esame richiedono la consultazione continua della l. 633/1941 sul diritto d'autore e della normativa sulla pubblicità (d.lgs. 145/2007, codice del consumo, Codice IAP di autodisciplina della comunicazione commerciale), reperibili in Internet.

