



---

<i>Insegnamento</i>	<b>DIRITTO INDUSTRIALE</b>
<i>Settore Scientifico disciplinare</i>	<b>IUS/04 – DIRITTO COMMERCIALE</b>
<i>Corso e Classe di studio</i>	➤ <b>GIURISPRUDENZA – LMG/01</b> ➤ <b>SCIENZE DEI SERVIZI GIURIDICI - L-14</b>
<i>Docente</i>	<b>ELISABETTA LOFFREDO</b>
<i>Anno di corso</i>	<b>OPZIONALE</b>
<i>Semestre</i>	<b>1°</b>
<i>Crediti assegnati</i>	<b>6</b>
<i>Ore di lezione</i>	<b>48 ore</b> Lezioni frontali (incluse attività seminariali) <b>20 ore</b> Assistenza allo studio individuale
<i>Prerequisiti</i>	Conoscenza delle istituzioni di diritto privato e diritto commerciale.
<i>Obiettivi formativi dell'insegnamento</i>	Lo studente dovrà acquisire la conoscenza delle regole sulla concorrenza sleale, sulle pratiche commerciali scorrette e sulla pubblicità commerciale. Lo studente dovrà acquisire la conoscenza del sistema del diritto antitrust. Lo studente dovrà saper iden
<i>Contenuti dell'insegnamento</i>	Concorrenza sleale; pratiche commerciali scorrette; diritto della pubblicità commerciale; diritto antitrust italiano e comunitario.
<i>Metodo d'insegnamento</i>	Didattica frontale, didattica frontale partecipata, attività seminariali con analisi di casi.
<i>Verifiche dell'apprendimento / procedure di valutazione</i>	Esame orale. <u>Per i soli studenti frequentanti:</u> Verifiche valutative intermedie. Esame orale con discussione dei casi.
<i>Testi consigliati</i>	AA.VV. <i>Diritto industriale. Proprietà intellettuale e concorrenza</i> , IV edizione, Giappichelli, 2012, limitatamente alle seguenti parti: <b>Parte Prima:</b> il diritto industriale. – I: Parte generale (P. Spada). – II. Il Codice della Proprietà Industriale: genesi, finalità, struttura (G. Floridia). – <b>Parte quinta:</b> concorrenza sleale e pubblicità. – I. L'illecito concorrenziale fra il diritto soggettivo e la tutela dei consumatori. – (G. Floridia). – II. Le clausole generali (G. Floridia). – III. Le valutazioni giurisprudenziali in termini di correttezza professionale. – (G. Floridia). – IV. La tipizzazione normativa dei nn. 1 e 2 dell'art. 2598 c.c. (G. Floridia). – V. La tipizzazione normativa tratta dalla tutela pubblicitica del consumatore (G. Floridia). – VI. La disciplina della pubblicità (P. Auteri). <b>Parte Sesta:</b> Disciplina del mercato. – I. Lineamenti generali (V. Mangini). – II. Le intese restrittive della concorrenza (V. Mangini). – III. L'abuso di posizione dominante (G. Olivieri). – IV. Le concentrazioni (G. Olivieri). – V. L'applicazione del diritto antitrust (G. Olivieri).
<i>Altre informazioni utili</i>	Esigenza di conoscenza delle norme.

---