

Principali informazioni sull'insegnamento	
Titolo insegnamento	Diritto della concorrenza
Corso di studio	marketing
Crediti formativi	6 cfu
Denominazione inglese	Competition law
Obbligo di frequenza	no
Lingua di erogazione	italiano

Docente responsabile	Barbara Francone	Barbara.francone@uniba.it

Dettaglio credi formativi	Ambito disciplinare Area giuridica	SSD IUS 04	Crediti 6

Modalità di erogazione	
Periodo di erogazione	Il semestre
Anno di corso	3 anno
Modalità di erogazione	Lezioni frontali

Organizzazione della didattica	
Ore totali	42 ore
Ore di lezioni frontali	
Ore di esercitazioni e laboratori	no

Calendario	
Inizio attività didattiche	1 marzo 2017
Fine attività didattiche	10 giugno 2017

Syllabus	
Prerequisiti	Propedeuticità con diritto privato. È consigliabile una conoscenza di base del diritto commerciale
Risultati di apprendimento previsti	Il corso si propone di fornire, dapprima, alcune nozioni basilari di teoria generale del diritto e successivamente, di illustrare sia gli aspetti organizzativi fondamentali della concorrenza sia nazionale che comunitaria sia il diritto antitrust. Lo studente apprenderà i principi basilari della concorrenza nel mercato e nell'impresa, considerando in particolare la nozione di tutela della concorrenza oggetto di disposizioni di

	<p>principio nel diritto dell'Unione europea e nel diritto nazionale italiano. Occorre dunque riflettere sulla storia delle idee, in questa materia, sia per poter compiere una scelta razionale fra le possibili opzioni interpretative, sia per comprendere le ragioni che hanno portato alla convinzione diffusa che la concorrenza sia nozione semplice ed autorevole.</p> <p>Lo studente sarà coinvolto dapprima nella conoscenza della storia della legge antitrust e concorrenza sleale, in secondo luogo, dall'idea della differenza strutturale e funzionale delle due discipline a quella dell'unità sistematica delle stesse. La funzione originaria delle norme di concorrenza sleale è dunque quella di dirimere conflitti interindividuali fra imprenditori.</p>
<p>Contenuti di insegnamento</p>	<p>Presupposti soggettivi e i soggetti; Concorrenza professionale e danno concorrenziale; La concorrenza per confondibilità; Denigrazione e appropriazione di pregi; La fattispecie dell'art. 2598 n. 3 c.c.;</p> <p>Diritto antitrust : Nascita e obbiettivi del diritto antitrust; Rapporti e coordinamento tra diritto antitrust comunitario e diritto antitrust nazionale ; Il divieto delle intese; Gli abusi di posizione dominante; le regole di tutela della concorrenza nel codice civile.</p> <p>I segni distintivi: Il Marchio nozione e Funzione; Il Marchio come segno e i requisiti di Validità; Acquisto del diritto; Uso del marchio; Nullità ed estinzione;il Marchio collettivo il Marchio comunitario</p>

<p>Programma</p>	<p>La concorrenza sleale cap.I; I soggetti cap.II; Correttezza professionale e danno concorrenziale capIII; La concorrenza per confondibilità cap IV; Denigrazione e appropriazione di pregi cap V; Le fattispecie dell'art. 2598 n.3 c.c. cap. VI; Le pratiche commerciali scorrette cap.VIII; PARTE SECONDA Il marchio cap I; Il marchio come segno e i requisiti di validità cap II; Acquisto del diritto cap. III Uso del marchio cap IV; Nullità e estensione del diritto cap VII; I marchi collettivi cap VIII; Il marchio non registrato cap XI;</p>
-------------------------	--

	<p>PARTE TERZA Le invenzioni cap I; II e III; VII PARTE QUINTA DIRITTO ANTITRUST Gli obiettivi del diritto antitrust Cap I; II; III; IV;V</p>
Testi di riferimento	Manuale di diritto industriale Vanzetti Di Cataldo Giuffre ult. ed.
Note ai testi di riferimento	
Metodi didattici	
Metodi di valutazione	Orale
Criteri di valutazione	Lo studente sarà coinvolto nello studio della moderna disciplina della concorrenza, vale a dire in una concezione che vede nella libertà di accesso al mercato e nel regime di concorrenza la miglior garanzia del raggiungimento di livelli ottimali di qualità. Ci si aspetta dallo studente una conoscenza dei principi basilari del diritto della concorrenza, in particolare i presupposti di come la concorrenza possa essere riconosciuta nel mercato; partendo da un sistema di protezione dei prodotti dell'imprenditore attraverso un sistema di tutela dei segni distintivi.
Altro	