

Principali informazioni sull'insegnamento	
Titolo insegnamento	DIRITTO DELLA CONTRATTAZIONE A DISTANZA
Corso di studio	MARKETING
Crediti formativi	6
Denominazione inglese	DISTANCE OF NEGOTIATIONS LAW
Obbligo di frequenza	NO
Lingua di erogazione	ITALIANO

Docente responsabile	Nome Cognome	Indirizzo Mail
	DANIELA MASTRORILLI	daniela.mastrorilli@uniba.it

Dettaglio credi formativi	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
		JUS 01	6

Modalità di erogazione	
Periodo di erogazione	I Semestre
Anno di corso	2016-17
Modalità di erogazione	Lezioni frontali ed eventuali esercitazioni.

Organizzazione della didattica	
Ore totali	42
Ore di lezioni frontali	42
Ore di esercitazioni e laboratori	Da concordare.

Calendario	
Inizio attività didattiche	20 settembre 2016
Fine attività didattiche	6 dicembre 2016

Syllabus	
Prerequisiti Sono sufficienti le le conoscenze di base del diritto privato.	
Risultati di apprendimento previsti	<ul style="list-style-type: none"> • Il corso tende a fornire allo studente gli strumenti utili per sapere utilizzare e comprendere le principali fonti del diritto della contrattazione a distanza unitamente alle leggi collegate, i modelli operativi proposti al fine di esercitare, nel rispetto delle regole ivi previste, una eventuale attività imprenditoriale e difendersi efficacemente, al contempo, se destinatario di tali pratiche in qualità di consumatore. • Al termine del corso lo studente deve: • -con l'ausilio di testi di legge di base e collegati, provvedimenti delle autorità di settore, giurisprudenza

	<p>di merito e di legittimità, modelli operativi utilizzati dalle principali imprese del settore forniti durante il corso, saper valutare il processo interpretativo alla base del materiale proposto ed effettuare autonomi rilievi argomentativi;</p> <ul style="list-style-type: none"> • saper esprimere giudizi e proporre soluzioni a problematiche attinenti alla materia; • -aver sviluppato le competenze necessarie per ricoprire posizioni di responsabilità sia imprenditoriali che manageriali nelle funzioni marketing, comunicazione, relazioni pubbliche, vendite, acquisti e logistica di imprese, istituzioni, società di consulenza ecc... riuscendo a gestire e risolvere le problematiche attinenti al settore.
Contenuti di insegnamento	<p>Commento delle principali fonti della contrattazione a distanza, dalla disciplina contenuta nel codice del consumo a quella settoriale. Verifica delle modalità operative con la proposizione e commento di modelli utilizzati nella prassi. Particolare attenzione è riservata al commercio elettronico ed alla commercializzazione a distanza di servizi finanziari. Approfondimenti sono riservati alla regolamentazione del telemarketing ed e-marketing.</p>

Programma	<p>Parte I</p> <p>-Nozioni introduttive sulla contrattazione a distanza: partizioni, fonti nazionali e comunitarie, storia, evoluzione legislativa.</p> <p>-Il contratto a distanza tra professionista e consumatore come delineato dagli artt. 45-67 e 136-143 del d.lgs. 6 settembre 2005, n. 206 (codice del consumo).</p> <p>Parte II</p> <p>-Analisi di alcune delle più comuni tipologie di contratti a distanza, visione degli strumenti per realizzarle e commento delle alle condizioni contrattuali.</p> <p>-Le vendite per corrispondenza e le televendite.</p> <p>-Il commercio elettronico, partizioni e fonti. Breve commento al d. lgd. lgs. n. 70/03. Le principali problematiche giuridiche legate all'e-commerce (momento e luogo di conclusione del contratto, aste on line, firma e moneta elettronica). Analisi delle condizioni contrattuali proposte da alcuni siti.</p> <p>-La commercializzazione a distanza di servizi bancari, assicurativi e finanziari ed il credito al consumo a distanza.</p>
Testi di riferimento	
Note ai testi di riferimento	<p>Parte I</p> <p>-<u>Introduzione e artt. 45-67, art. 68 codice del consumo</u>: dispense disponibili presso il docente o la segreteria didattica del Dipartimento di Economia, Management e diritto dell'Impresa;</p> <p>-<u>artt.136-143 codice consumo</u>: <i>D. Mastrorilli, Diritto della</i></p>

	<p><i>contrattazione a distanza, disciplina consumeristica e di settore, Progedit editore, Bari, 2011, pp. 119-141 e 143-151.</i></p> <p><u>Per il commento dei nuovi artt. 141-141/decies si vedano le dispense:</u></p> <p>-codice del consumo aggiornamento 2016 scaricabile dal sito del Ministero dello Sviluppo Economico.</p> <p>Parte II</p> <p>-Per la vendita per corrispondenza, la televendita, i servizi bancari a distanza ed il credito al consumo dispense ritirabili presso il docente o la segreteria didattica di dipartimento;</p> <p>-per il commercio elettronico, l'introduzione alla commercializzazione a distanza di servizi finanziari, la commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori, i servizi di investimento o finanziari in senso stretto ed i servizi assicurativi a distanza <i>D. Mastrorilli, Diritto della contrattazione a distanza, disciplina consumeristica e di settore , Progedit editore, Bari, 2011, pp. 171-255 (par. 1 compreso), 263-318.</i></p> <p style="text-align: center;">IN ALTERNATIVA PER I FREQUENTANTI</p> <p>Programma da concordare, integrato dal materiale giurisprudenziale e legislativo distribuito in aula od inviato on line.</p>
Metodi didattici	Colloquio orale. Per i frequentanti del corso esonero ed esame con modalità facilitata.
Metodi di valutazione	Colloquio orale.
Criteri di valutazione	Lo studente deve dimostrare di sapere orientarsi nell'utilizzo delle fonti generali e di settore e di conoscere la operatività della negoziazione a distanza nei vari settori di riferimento.
Altro	