

Droit de la propriété intellectuelle

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

Volume horaire
30h

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

Ce cours a un double objectif :

Sensibiliser de futurs responsables marketing aux questions juridiques qui se posent en termes de propriété intellectuelle dans un département Marketing-Communication

Identifier les éléments principaux de la politique des produits sous licence en les abordant sous l'angle des cas pratiques : gestion des royalties, vérification des livres de droits et négociation des contrats, collaborer avec un conseil juridique

Heures d'enseignement

Droit de la propriété intellectuelle - TD	TD	10h
Droit de la propriété intellectuelle - CM	CM	20h

Programme détaillé

LES DROITS DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

- 1) Définition et histoire de la PI
- 2) Schéma de présentation des propriétés incorporelles

- 3) Régime général de la propriété intellectuelle
- 4) Différents cas pratiques traités en cours

LA LICENCE

- 1) Qu'est-ce qu'un produit dérivé ? Comment mettre en place son exploitation commerciale ?
- 2) Organisation du travail en groupes sur quatre semaines : cas pratique collectif sous forme de jeu de rôle
- 3) Synthèse sur la licence

L'EXPLOITATION D'UNE LICENCE

- 1) La stratégie de licensing : aspects juridiques et stratégie commerciale
- 2) Cas pratique sur la politique de licensing : les licences affiliées et l'intérêt du « co-branding »
- 3) Restitution du rapport de mission suite au jeu de rôle sur 4 semaines. Conclusion du cours, remise du prix pour le meilleur rapport de mission et propositions de stages

Compétences visées

Réglementation de la propriété industrielle
Droit de la licence
Droit de la propriété intellectuelle

Bibliographie

Code de la Propriété Intellectuelle, Dalloz, édition 2000 ;
Droit de la Propriété Industrielle, par Albert Chavanne et Jean-Jacques Burst, précis Dalloz, éditions Dalloz, 5ème édition ;
Le Droit d'auteur et l'édition, par Emmanuel Pierrat, éditions du cercle de la librairie, 3ème édition revue et augmentée ;
Branding Management, la marque, de l'idée à l'action, par George Lewis et Jérôme Lacoëuilhe, 2ème édition, Pearson Education ;
Droit du Marketing, par Nicole Ferry-Maccario, Pearson Village Mondial ;
Droit d'auteur et copyright, par Françoise Benhamou et Joëlle Farchy, collection repères, éditions La Découverte.

Infos pratiques

Lieu(x)

Angoulême

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr/>