

Management juridique et financier d'une PI

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, Formation continue
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

Suite aux cours de droit préalables (abordés en Master 1) portant sur la propriété littéraire et artistique (droits d'auteurs et droits voisins), la propriété industrielle (brevets, marques, dessins et modèles), et sur le « droit de la licence », ce cours approfondit les enjeux juridiques et financiers liés à la valorisation au plan international d'une propriété, depuis l'auteur, créateur d'une œuvre de l'esprit, jusqu'au diffuseur et aux licenciés.

Ce cours aborde spécifiquement les problèmes juridiques soulevés par les œuvres de collaboration, les œuvres collectives et les œuvres composites.

En parallèle de ces premières problématiques, le cours souligne les défis juridiques que posent les pratiques évolutives du E-commerce et la négociation des droits numériques pour parvenir à gérer un portefeuille de produits et établir un budget marketing.

Heures d'enseignement

Management juridique et financier d'une PI - CM

CM

30h

Programme détaillé

1 - Introduction, objectifs du cours et travail à effectuer

Différencier les enjeux juridiques de la valorisation des :

- œuvres collectives,
- œuvres de collaboration et
- œuvres composites

Cas pratiques

2 - Droit de la consommation et du E-Commerce

Règles applicables et enjeux du droit commercial sur Internet

Loi Hadopi - RGPD

Cas pratiques / travail collectif

3 - Articulation des différents droits liés à une œuvre audiovisuelle

Vocabulaire des différents types de contrats

Construire le financement d'une œuvre audiovisuelle

4 - Valorisation plurimédia d'une propriété au plan international

Les enjeux du management des droits dérivés

Calcul du montant des royalties par catégorie de produits

5 - Montage d'un budget marketing

Gestion d'un portefeuille de propriétés ou d'un catalogue

Sécuriser ses données marketing

6 - Etablir le budget prévisionnel du plan marketing

Diagnostic et prise de décisions

Argumenter la pertinence des choix proposés

Communiquer le plan marketing et répondre aux objections

Compétences visées

Analyser les données financières d'une propriété intellectuelle

Gérer un portefeuille de propriétés intellectuelles

Analyser des tableaux de bord d'activité

Bibliographie

Valérie-Laure Benabou, Judith Rochfeld (2015). A qui profite le clic ? : le partage de la valeur à l'ère numérique, Paris, O. Jacob, 106 p.

Nicolas Binctin (2015). Stratégie d'entreprise et propriété intellectuelle, Issy-les-Moulineaux, LGDJ-Lextenso éditions, 346 p.

Infos pratiques

Lieu(x)

Angoulême

En savoir plus

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