

DROIT DU MARKETING MARQUES ET LICENSING

RESPONSABLE : ► YVES LUCKY, PCL SA
FONCTION : ► MAITRE DE CONFERENCES
VOLUME HORAIRE : ► 20h

DESCRIPTIF ET OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

Faire prendre conscience aux futurs professionnels du marketing de l'importance du droit dans le domaine de la propriété intellectuelle ainsi que dans la publicité et la promotion. Ce cours approfondira particulièrement le domaine de la marque et du licensing. Suivant la méthode des MBA américains, les étudiants pourront eux-mêmes mettre en pratique les notions acquises par l'élaboration de cas pratiques en groupe.

THEMES DES SEANCES OU PLAN SUCCINCT DU COURS

SEANCE 1 (4 HEURES) **Introduction au droit du marketing :**

Les droits de la propriété intellectuelle :

- Dessins et modèles
- Le brevet
- Les droits d'auteur
- **La marque**
- La publicité
- Les promotions
- Le marketing direct

OBJECTIF A ATTEINDRE : COMPRENDRE LES DIFFERENTS OUTILS JURIDIQUES A LA DISPOSITION DES ENTREPRISES

SEANCE 2 : **LA MARQUE** (4 HEURES)

- En droit français
- A l'international
- La stratégie

OBJECTIF A ATTEINDRE : CONNAITRE LA DEFINITION, LES CONDITIONS DE VALIDITE ET LES FORMALITES D'ACQUISITION DU DROIT SUR LA MARQUE.

EXERCICE EN GROUPE DE STRATEGIE DE DEPOT.

SEANCE 3 : PETIT TEST DE 30 MN SUR LA MARQUE, PUIS :

LE LICENSING ET LES PROMOTIONS (4 HEURES)

OBJECTIF A ATTEINDRE : SAVOIR CONSTRUIRE UN CONTRAT DE LICENCE, SAVOIR MONTER UNE PROMOTION

CONSTITUTION DES GROUPE. OUTILS DE TRAVAIL.

SEANCES 4 ET 5: CAS D'ESPECES EN GROUPE

MODE D'EVALUATION (MODALITES DU CONTROLE CONTINU)

► LORS DE LA 3EME SEANCE LES ETUDIANTS DEVRONT REpondre A UN QUESTIONNAIRE SUR L'OUVRAGE DE REFERENCE. ET SERONT NOTES SUR 5 POINTS
LE TRAVAIL FOURNI EN GROUPE SUR LE CAS D'ESPECES SERA NOTE SUR 15 POINTS.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES BASIQUES

► N. FERRY-MACCARIO, Droit du marketing, éd. Pearson, 2008
Lecture obligatoire avant, au plus tard, le deuxième cours