

Connaître les enjeux de la propriété intellectuelle

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

En bref

- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

Comprendre la gymnastique intellectuelle du droit lié à la création dans ses applications marketing et communication, le tout au service d'une stratégie commerciale d'achat et de vente de licences.

Objectifs

L'étudiant est sensibilisé à la matière juridique et à son utilisation en tant que gestion d'une création au service du marketing et de la communication. L'étudiant sera capable d'intégrer à sa mission les enjeux juridiques de la création, quel que soit le secteur marketing et/ou communication concerné.

Heures d'enseignement

| | | |
|----|----|-----|
| CM | CM | 18h |
| TD | TD | 9h |

Pré-requis obligatoires

Avoir une connaissance de la fonction marketing stratégique et faire preuve d'intérêt et de curiosité pour les autres fonctions auxquelles il sera confronté dans la vie de l'entreprise. Il est recommandé d'avoir la maîtrise des 4 P en marketing.

Programme détaillé

Le cours se décompose en 2 sessions de deux heures qui abordent une brève histoire du Droit et de la Propriété Intellectuelle et des exercices pratiques pour la compréhension de la méthode d'application, puis 3 journées sous forme de master classes pendant lesquelles les étudiants, répartis en petits groupes se voient confier des missions avec des objectifs à atteindre, le tout sous forme de jeux de rôles.

L'évaluation se fait à travers un quizz technique et la remise d'un rapport de mission pour chaque groupe de travail.

Compétences visées

Identifier une problématique juridique en lien avec le mix marketing

Préconiser des actions concrètes afin de gérer les cessions de droits originales

Mettre en place une méthode de réflexion et d'analyse qui lie le Droit et le Marketing

Bibliographie

- 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

En savoir plus

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