

## Lezione 1 – Le regole che governano la pubblicità

Viene fornita la nozione di pubblicità, vengono illustrate, anche in chiave storica, le diverse tipologie di norme che la disciplinano, le Autorità che applicano tali norme ed il funzionamento dei relativi procedimenti.

## Lezione 3 – L'inganno pubblicitario: profili sostanziali e processuali

Vengono affrontate le norme che vietano l'inganno pubblicitario, con illustrazione delle principali tipologie di inganno e di numerosi casi trattati sia dal Giurì di Autodisciplina che dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. Vengono inoltre richiamate le norme processuali, in particolare sotto il profilo probatorio.

## Lezione 4 – I segni distintivi. La tutela del concorrente I (imitazione)

Nella prima parte della lezione vengono richiamati i principi fondamentali in tema di segni distintivi.

Nella seconda parte della lezione viene illustrata la tutela contro l'imitazione pubblicitaria, sia ai sensi del Codice di Autodisciplina, sia ai sensi delle norme sulla concorrenza sleale.

## Lezione 5 – La tutela del concorrente II (comparazione e denigrazione). La liquidazione del danno

Nella prima parte della lezione viene illustrata la disciplina della pubblicità comparativa, nonché del divieto di pubblicità denigratoria.

Nella seconda parte della lezione vengono illustrati i principi che regolano il risarcimento del danno per la violazione dei segni distintivi.

## Lezione 6 – La tutela del pubblico.

Vengono illustrate le norme a tutela dei minori, della sensibilità e della dignità delle persone, nonché le norme sui green claims e sulla pubblicità dei prodotti pericolosi.

## Lezione 9 – Diritti della personalità. Ambush marketing e real time marketing.

Nella prima parte della lezione viene illustrata la disciplina dei diritti della personalità, in particolare il nome e l'immagine.

La seconda parte è dedicata al fenomeno dell'ambush marketing, nonché al collegato fenomeno del real time marketing, con l'illustrazione delle principali criticità di attività di questo tipo.

## Lezione 10 – Manifestazioni a premio. Regime fiscale degli investimenti in pubblicità.

Nella prima parte della lezione viene illustrata la disciplina dei concorsi e delle operazioni a premio.

La seconda parte è dedicata all'illustrazione dei principi generali che regolano il regime fiscale degli investimenti pubblicitari e delle manifestazioni a premio.

### Lezione 13 – Profilazione, cookie, dati particolari e dati di minori.

Nella lezione vengono approfondite le tematiche relative al trattamento dei dati personali nel settore della pubblicità con la disamina delle più rilevanti decisioni delle autorità giudiziarie e amministrative nonché le tematiche relative alla profilazione e al trattamento dei dati particolari e dei dati personali dei minorenni. Inoltre, sono illustrate le principali novità introdotte dalle recenti linee guida sui cookie del Garante Privacy.

### Lezione 15 – I contratti di pubblicità

Viene descritta la disciplina applicabile ai principali contratti sottoscritti per la realizzazione e la diffusione della pubblicità: il contratto di agenzia pubblicitaria, quello tra l'Utente pubblicitario e il Centro Media, il contratto per la realizzazione di filmati pubblicitari, quello per lo sfruttamento dell'immagine e della prestazione artistica, il contratto di sponsorizzazione, quello di product placement, nonché alcune clausole particolari nei contratti con gli influencer.