

PROGRAMMA

MASTER IN DIRITTO DELLA
COMUNICAZIONE COMMERCIALE
14 gennaio - 20 maggio 2026



DESCRIZIONE E OBIETTIVI

Il Master UPA in Diritto della Comunicazione Commerciale, realizzato con la collaborazione didattica dello Studio legale FTCC, si rivolge principalmente a neolaureati in giurisprudenza, legali d'impresa e avvocati che intendono acquisire competenze a 360° nelle tematiche legali della comunicazione commerciale, occupandosi di concorrenza, tutela del consumatore, data protection, proprietà intellettuale, normative settoriali.

Grande attenzione viene prestata alle sfide giuridiche poste dalla comunicazione digitale e al rapporto fra tecnologia e professioni legali. Il corpo docente è composto da avvocati professionisti che operano nel settore da lungo tempo, rappresentanti delle Authority (AGCM e Garante Privacy), dell'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria (IAP), fiscalisti, esperti di comunicazione digitale.

Il Master è realizzato con la partnership di Google e con la partnership tecnica di 24Ore System e A.Manzoni.

Il Master è accreditato presso l'Ordine degli Avvocati di Milano.

DURATA

Il Master si svolgerà in 15 giornate d'aula, il mercoledì.
Dal 14 gennaio al 20 maggio 2026. Orari: 14.00 - 18.00.

LOCATION

UPA, via Larga 13, Milano.

Sarà possibile partecipare al Master anche da remoto in modalità videoconferenza.
Per ottenere l'attestato di partecipazione che certifica le competenze acquisite al termine del Master è necessaria la presenza (in aula o da remoto) ad almeno il 75% delle lezioni.

QUOTA DI ISCRIZIONE

4.000 €+ IVA. La quota di partecipazione è scontata a 2.000 €+ IVA per associati UPA e under 30.

MATERIALE DIDATTICO

Tutte le slide e i video delle lezioni sono caricati nell'area riservata a cui i partecipanti accedono tramite password.
Al termine del Master verrà rilasciato un attestato di partecipazione che certifica le competenze acquisite.

UPA – UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI

UPA è l'Associazione che riunisce le più importanti aziende industriali, commerciali e di servizi che investono in pubblicità e in comunicazione in Italia. Rappresenta oltre 400 aziende pari all'85% dell'investimento pubblicitario in Italia.

Ha contribuito alla fondazione di tutte le società di rilevazione delle audience (il sistema delle indagini "Audi"), di Pubblicità Progresso, dello IAP (Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria) e in sede internazionale della WFA (World Federation of Advertisers), la federazione mondiale degli investitori pubblicitari.

UPA considera centrale per le aziende sia il costante aggiornamento dei manager d'azienda sia la formazione dei giovani interessati ad intraprendere una carriera nel marketing e nella comunicazione, che promuove attraverso il brand UPA Academy.

In parallelo alla formazione continua riservata alle aziende associate UPA Academy organizza alcuni Master di approfondimento verticale sui temi più rilevanti della pubblicità e della comunicazione (comunicazione integrata, data science, diritto della comunicazione, branded content entertainment).

FTCC STUDIO LEGALE ASSOCIATO

Fondato nel 1954, lo Studio FTCC ha acquisito nel corso degli anni una notevole esperienza soprattutto nei settori della proprietà industriale e intellettuale, della concorrenza sleale, della pubblicità e comunicazione commerciale e della tutela dell'attività d'impresa. I clienti vengono seguiti direttamente da uno dei partners.

La personalizzazione del rapporto cliente-professionista e le dimensioni della struttura permettono di soddisfare al meglio e con flessibilità le esigenze di ogni singolo caso trattato.

Lo studio è in grado di fornire ai clienti un'assistenza di alto livello e contraddistinta da un'impronta omogenea. La partecipazione a corsi, seminari, convegni e conferenze, anche in veste di relatori, oltre alla pubblicazione di articoli e saggi, consente ai professionisti dello studio di essere parte attiva della comunità industrialistica.

CALENDARIO - Il programma sarà soggetto a variazioni

DAY 1 - Mercoledì 14 gennaio

- Le regole che governano la pubblicità – Le autorità competenti
Paolina Testa – Pierluigi Cottafavi (Studio FTCC)

DAY 2 - Mercoledì 21 gennaio

- La tutela del consumatore: L'Autodisciplina pubblicitaria
Vincenzo Guggino (Segretario Generale IAP)
- La tutela del consumatore: il codice del consumo
Giovanni Calabrò (Responsabile del Dipartimento Tutela del Consumatore 2 AGCM)

DAY 3 - Mercoledì 28 gennaio

- L'inganno pubblicitario: profili sostanziali e processuali
- Green Claims
Paolina Testa – Pierluigi Cottafavi – Chiara Pappalardo (Studio FTCC)

DAY 4 - Mercoledì 4 febbraio

- Esercitazione sugli argomenti delle lezioni precedenti
- I segni distintivi
Paolina Testa – Chiara Pappalardo (Studio FTCC)

DAY 5 - Mercoledì 11 febbraio

- La tutela del concorrente I: imitazione (art. 13 c.c. e concorrenza sleale)
- La tutela del concorrente II: comparazione e denigrazione
Paolina Testa – Pierluigi Cottafavi – Chiara Pappalardo (Studio FTCC)

DAY 6 - Mercoledì 25 febbraio

- La pubblicità non trasparente
Paolina Testa – Pierluigi Cottafavi (Studio FTCC)
- La riconoscibilità della comunicazione digitale
Vincenzo Guggino (Segretario Generale IAP)

DAY 7 - Mercoledì 4 marzo

- Esercitazione sugli argomenti delle lezioni precedenti
- La tutela dei minori e la tutela della sensibilità e della dignità delle persone
Paolina Testa – Pierluigi Cottafavi – Chiara Pappalardo (Studio FTCC)

DAY 8 - Mercoledì 11 marzo

- Diritto d'autore e diritti connessi
- Diritto d'autore e intelligenza artificiale
- Tutela dei beni culturali
Paolina Testa - Pierluigi Cottafavi – Santina Parrello (Studio FTCC)

DAY 9 - Mercoledì 18 marzo

- Diritti della personalità (nome – immagine)
- Diritti della personalità e intelligenza artificiale
- Ambush marketing
- Real Time marketing
Paolina Testa – Chiara Pappalardo (Studio FTCC)

DAY 10 - Mercoledì 25 marzo

- Esercitazione sugli argomenti delle lezioni precedenti
- La pubblicità dei prodotti pericolosi
Paolina Testa – Pierluigi Cottafavi (Studio FTCC)

DAY 11 - Mercoledì 15 aprile

- Manifestazioni a premio
Paolina Testa – Pierluigi Cottafavi (Studio FTCC)
- Regime fiscale degli investimenti in pubblicità, sponsorizzazioni e promozioni
Giovanni Rizzi (Studio Lazzati - Rizzi)

DAY 12 - Mercoledì 22 aprile

- Intervento Garante Privacy
Guido Scorza (Componente del Collegio del Garante per la protezione dei dati personali)
- Inquadramento GDPR
- Trattamento dei dati personali nell'ambito della comunicazione commerciale
- Marketing e profilazione: questioni rilevanti (data retention, dati di minori, categorie particolari di dati e altro)
Paolina Testa – Pierluigi Cottafavi – Santina Parrello (Studio FTCC)

DAY 13 - Mercoledì 6 maggio

- Intelligenza artificiale – La normativa specifica
- Comunicazione digitale: tecniche specifiche e impatti giuridici
Alberto Vivaldelli (Responsabile digital UPA) – Chiara Pappalardo (Studio FTCC)

DAY 14 - Mercoledì 13 maggio

- I contratti di pubblicità: utente/agenzia pubblicitaria, utente/centro media, diffusione, concessione pubblicitaria, sponsorizzazione, sfruttamento dell'immagine e della prestazione artistica, commissione di film pubblicitari
- Contratti di pubblicità e intelligenza artificiale
Paolina Testa – Pierluigi Cottafavi - Chiara Pappalardo (Studio FTCC)

DAY 15 - Mercoledì 20 maggio

- Mock trial
Paolina Testa – Pierluigi Cottafavi - Chiara Pappalardo (Studio FTCC)