



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Diritto delle Comunicazioni

2324-1-F7702M046

Obiettivi formativi

- Acquisizione della conoscenza:
dei fondamenti giuridici del sistema nazionale ed eurounitario delle telecomunicazioni e della comunicazione pubblicitaria;
degli strumenti di base per la comprensione della regolazione nazionale, eurounitaria ed europea delle telecomunicazioni e della comunicazione pubblicitaria;
degli strumenti di base della regolazione nazionale ed eurounitaria della televisione (digitale) e dei media audiovisivi;
- Conoscenza:
del ruolo delle istituzioni nazionali, eurounitarie ed europee regolatorie del sistema delle comunicazioni;
- Orientamento:
rispetto ai temi fondamentali dei diritti e delle libertà nell'era digitale, della riservatezza, delle nuove tecnologie (compresa l'Intelligenza Artificiale).

Contenuti sintetici

Il Corso si propone di esaminare l'evoluzione del quadro giuridico del sistema delle comunicazioni, delle tecnologie e della comunicazione pubblicitaria trattando del processo di evoluzione dei relativi mercati nel contesto tracciato dalle fonti di diritto nazionale, eurounitario ed autodisciplinari.

Programma esteso

Il Corso si propone di ricostruire con metodo interdisciplinare il quadro giuridico del sistema delle comunicazioni e della comunicazione pubblicitaria.

In questa prospettiva, durante il Corso verranno illustrati i cambiamenti che, nell'arco di diversi decenni, hanno investito i più diversi mezzi di comunicazione esistenti (dalla telefonia alla radiotelevisione, fino alla Rete); inoltre, le lezioni dedicheranno attenzione agli interventi in materia di media e audiovisivi operati dai legislatori e dai regolatori nazionali ed europei, chiarendo non solo i più diversi profili della cd. "rivoluzione digitale", ma anche il ruolo, nel stesso contesto, svolto da alcune Autorità amministrative indipendenti – l'AGCM, l'Agcom e altre. Il Corso approfondirà di conseguenza il tema dei diritti nell'era digitale, concentrandosi sulla liberalizzazione del settore delle TLC e sull'apertura dei relativi mercati alla concorrenza.

Le lezioni si concentreranno poi in modo del tutto particolare sull'ecosistema pubblicitario e le sue peculiarità, scandite dalla evoluzione attraverso la quale, nel corso degli anni, è passato l'istituto della pubblicità commerciale, divenuta oggi comunicazione pubblicitaria. A questo scopo, durante il Corso verranno analizzati in modo approfondito i sistemi italiano ed europeo di autodisciplina pubblicitaria, e la normativa interna ed eurounitaria in tema.

In questo quadro giuridico, le lezioni si soffermeranno infine sui delicati problemi giuridici legati all'utilizzo dei sistemi di Intelligenza artificiale e alla continua evoluzione delle nuove tecnologie di settore.

Prerequisiti

Conoscenza di base del sistema giuridico nazionale ed eurounitario.

Metodi didattici

Lezioni frontali e seminari.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Gli esami consistono in una prova orale; per i frequentanti il corso gli esami potranno consistere in una prova scritta loro riservata.

Testi di riferimento

Data la costante evoluzione della materia, testi e materiali saranno indicati a lezione.

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÀ | LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA | RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE
