

Responsable de formation

Abdelaziz MOULINE

MODALITES D'INSCRIPTION**Diplôme requis**

Master 1 / Maîtrise de droit, de sciences économiques

MSG, MST, ESCAE

Remarques éventuelles

Sélection sur dossier et Entretien

Date d'inscription

Avant mi-Juin

Frais d'inscription

3260 € (droits d'inscription universitaire compris)

NOMBRE DE PLACES

18

DUREE DE LA FORMATION

1 an

CORPS PROFESSORAL

Universitaires

Praticiens

STAGE

3 à 6 mois à partir d'avril

RENSEIGNEMENTS**Si vous êtes salarié****(y compris en contrat d'alternance),****Demandeur d'emploi :****ou professionnel libéral**

Mme Clarisse POITTEVIN

Université de Rennes

service formation continue

4, rue Kléber - 35000 Rennes

Téléphone: 02 23 23 39 50

E-mail:clarisse.poittevin@univ-rennes1.fr

Si vous êtes actuellement étudiant :

Scolarité de la faculté des sciences économiques

E-mail:eco-scol@univ-rennes1.fr

Téléphone: 02 23 23 35 45

Programme

Heures

Remise à niveau

40 heures

Théorie de la firme et des marchés

Droits des affaires

Analyse théorique processus concurrentiel

Droit français & communautaire de la concurrence

Acquisition d'un avantage concurrentiel

60 heures

Par L'innovation

Analyse économique du processus d'innovation

La coopération en matière R&D

La protection de l'innovation

Par une opération de croissance externe

Intégration vertical ou rappel au marché

Gestion de sous-traitance

Les méthodes d'évaluation d'une acquisition

et leurs modes de financement

Le contrôle des opérations de concentration

Les composantes de pouvoir d'attraction de la clientèle

105 heures

La politique de Prix

Analyse économique et comptable de la formation des prix

Le cadre juridique de la politique de prix

Les ententes illicites en matière de prix

La politique du produit

Les différentes composantes d'une politique de qualité

des produits et services

L'organisation et le cadre juridique des réseaux de distribution

Le droit des marques

Le droit de la concurrence déloyale

La politique de publicité et de la promotion des produits

Analyse économique du phénomène publicitaire

Les règles relatives aux opérations de publicité

L'abus du pouvoir attractif de clientèle

50 Heures

L'abus exercé à l'encontre d'un professionnel

Les concepts et les mesures de la position dominante et de la dépendance

Typologie des pratiques abusives et distributeurs:

de l'affrontement à la coopération

L'abus exercé contre un non professionnel

Le phénomène de consumérisme

La répression des fraudes

Le droit des clauses abusives

Thèmes spécifiques:

Analyse économique de la déréglementation, Concurrence et service public,

Aides d'Etat aux entreprises, politique antidumping, la délimitation

des "marchés pertinents" et la mesure d'une stratégie

concurrentielle sue l'efficacité économique, cycle de conférence

consacrées à une présentation du droit américain et allemand