

**GUÍA DOCENTE**

**DERECHO MERCANTIL: REGULACIÓN  
JURÍDICA DEL MERCADO**

**GRADO EN MARKETING**

**CURSO 2019-20**

Fecha de publicación: 09.07.2019

<b>I. Identificación de la Asignatura</b>	
Tipo	<b>OBLIGATORIA</b>
Periodo de impartición	<b>2 curso, 1Q semestre</b>
Nº de Créditos	<b>4,5</b>
Idioma en que se imparte	<b>Castellano</b>

<b>II. Presentación</b>
<p>El objetivo del curso es que el alumno aprenda las normas básicas que regulan la actividad en el mercado fundamentalmente de los empresarios y profesionales que ofrecen bienes y servicios desde la perspectiva de las actividades más vinculadas al marketing. A tal fin la asignatura se estructura en tres bloques temáticos, al que precede una primera lección introductoria sobre la forma en que los cambios del modelo económico han determinado la actividad regulatoria en el mercado. El primer bloque temático (“Comercio interior y consumidores”) se ocupa de las normas que regulan la actividad con los destinatarios finales de los bienes y servicios ofrecidos por los empresarios y profesionales y, especialmente, aquellas que tienen por finalidad la protección jurídica del consumidor y el régimen al que se someten las actividades de promoción y ventas especiales. En el segundo bloque temático (“Propiedad Industrial”) se estudiarán, en primer lugar, las normas que regulan la protección de la actividad comercial en relación con los signos que usa el empresario para distinguir su actividad y sus bienes o servicios de los del resto de competidores (marcas, nombres comerciales, etc), de particular interés desde la perspectiva de los estudios en marketing. Similares consideraciones pueden hacerse para las normas que protegen las invenciones industriales (patentes y diseño industrial), también integradas en este bloque temático. El tercer bloque temático (“Derecho de la competencia y la publicidad”) se ocupa de las normas que protegen el libre ejercicio de la actividad empresarial frente a actuaciones colusorias y desleales de otros agentes del mercado, así como las que regulan, de un lado, la actividad publicitaria comercial como hecho económico (contratos publicitarios, empresarios publicitarios) y, de otro, la licitud de los mensajes publicitarios (publicidad ilícita) y los regímenes especiales publicitarios en atención al bien o servicio ofertado (publicidad de medicamentos, de bebidas alcohólicas, dirigida a menores, etc.).</p>

<b>III. Competencias</b>
<b>Competencias Generales</b>
<p>CG01. Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.</p> <p>CG03. Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español. Estar preparado para hacerse entender por jefes y subordinados de forma clara y concisa y ser capaz de elaborar informes de asesoramiento y proyectos de gestión empresarial (global o por áreas funcionales).</p>

CG14. Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar.  
CG21. Aprendizaje autónomo.  
CG28. Aplicar los conocimientos en la práctica.

#### Competencias Específicas

CE04. Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados  
CE06. Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.  
CE07. Conocer y aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones.

### IV. Contenido

#### IV.1. Temario de la asignatura

##### **INTRODUCCIÓN.**

Lección 1. Introducción: mercado y libertad de empresa.

1. Evolución del sistema económico y su influencia en el plano jurídico.
2. Libertad de empresa.
  - 2.1. La libertad de empresa como derecho constitucional.
  - 2.2. Potestades públicas de intervención.
  - 2.3. Los mercados regulados.
3. Operadores económicos del mercado: empresario y consumidor.

##### **BLOQUE TEMÁTICO I. COMERCIO INTERIOR Y CONSUMIDORES.**

Lección 2. Normativa de comercio minorista en materia de promociones y ventas especiales.

1. Planteamiento.
  - 1.1. Finalidad de la normativa.
  - 1.2. Problemas competenciales.
3. Actividades promocionales.
  - 3.1. Régimen general.
  - 3.2. Actividades promocionales específicas.

#### IV.2. Actividades Formativas

Tipo	Descripción
Prácticas / Resolución de ejercicios	Las que el profesor indique a lo largo del curso.

### V. Tiempo de Trabajo

Clases teóricas	25
Clases prácticas de resolución de problemas, casos, etc	19
Prácticas en laboratorios tecnológicos, clínicos, etc	0
Realización de pruebas	1
Tutorías académicas	13,5
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	0
Preparación de clases teóricas	38
Preparación de clases prácticas/problemas/casos	30

Preparación de pruebas	8,5
Total de horas de trabajo del estudiante	135

VI. Metodología y Plan de Trabajo		
Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Exposición teórica de los contenidos de la asignatura
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	Realización de actividades prácticas en clase orientadas por el profesor y trabajadas en clase o previamente, bajo indicaciones del profesor

VII. Métodos de evaluación
VII.1. Ponderación para la evaluación
<p><b>Evaluación Ordinaria:</b> Si el profesorado considera que la asistencia es obligatoria deberá especificarse con precisión.</p> <p>(Nota: para no admitir a una prueba a un estudiante por no cumplir con el mínimo de asistencia, se deberá poder justificar por el profesor utilizando un sistema probatorio, como, por ejemplo, una hoja de firmas).</p> <p>La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen a continuación. Atendiendo a las características específicas de cada grupo el profesor podrá, en las primeras semanas de curso, introducir cambios que considere oportunos comunicándolo a la Coordinación Académica.</p> <p><b>Evaluación Extraordinaria:</b> Los alumnos que no consigan superar la evaluación ordinaria, o no se hayan presentado, serán objeto de la realización de una evaluación extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en la guía.</p>
Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación
<p><b>Elementos de evaluación.</b></p> <p><b>El sistema de evaluación de las titulaciones en el marco del EEES es la evaluación continua.</b></p> <p><b>En el sistema de evaluación continua la asistencia a clase es obligatoria y su valoración en el proceso de evaluación continua de la asignatura la establecerán los profesores en cada asignatura.</b></p> <p><b>1) Prueba escrita teórica:</b> la valoración de la prueba escrita será del 70% de la nota final. La prueba cuyo contenido será especificado por el profesor se realizará, salvo que el profesor indique lo contrario en la fecha oficial señalada al efecto. Esta parte será reevaluable.</p> <p><b>2) Prácticas:</b> la valoración de las prácticas será el 30% de la nota final. Las prácticas podrán ser realizadas a lo largo de las diferentes sesiones del curso, o como parte integrante de la prueba final, a elección del profesor, que lo indicará con claridad. En la valoración de esta parte de la nota se tendrá en cuenta tanto la realización de los casos y su resolución en clase, como la participación en el curso de las clases resolviendo las diferentes cuestiones que puedan suscitarse al hilo de las</p>

<b>VII.2. Evaluación de alumnos con dispensa académica</b>
<p>Para que un alumno pueda optar a esta evaluación, tendrá que obtener la 'Dispensa Académica' para la asignatura, que habrá solicitado al Decano/a o Director/a del Centro que imparte su titulación. La Dispensa Académica se podrá conceder siempre y cuando las peculiaridades propias de la asignatura lo permitan.</p> <p><b>Asignatura con posibilidad de dispensa: Si</b></p>
<b>VII.3. Revisión de las pruebas de evaluación</b>
<p>Conforme a la normativa de reclamación de exámenes de la Universidad Rey Juan Carlos.</p>
<b>VII.4. Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales</b>
<p>Las adaptaciones curriculares para estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales, a fin de garantizar la igualdad de oportunidades, no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad en virtud de la Normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.</p> <p>Será requisito imprescindible para ello la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con ella, a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.</p>
<b>VII.5. Conducta Académica</b>
<p>Véase Normativa de Conducta Académica.</p>

<b>VIII. Recursos y Materiales Didácticos</b>
<b>Bibliografía</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sánchez Calero, F., Principios de Derecho Mercantil, Ed. Aranzadi, Madrid, 2015.</li> <li>▪ Broseta Pont, M. / Martínez Sanz, F., Manual de Derecho Mercantil, T. I, Madrid, Ed. Tecnos, 2015.</li> <li>▪ Legislación que será manejada durante el curso: Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid. Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas. Ley 11/1986, de 20 de marzo, de Patentes de Invención y Modelos de utilidad. Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial. Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia. Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.</li> </ul>
<b>Bibliografía de Consulta</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Martínez Sanz, F. (Dir.), Comentario práctico a la Ley de Competencia Desleal, Madrid, Ed. Tecnos, 2009.</li> </ul>

- Fernández Novoa, C. / Otero Lastres, J.M. / Botana Agra, M., Manual de la propiedad industrial, Madrid, Ed. Marcial Pons, 2013.
- Velasco San Pedro, L. (dir.), Diccionario de Derecho de la Competencia, Ed. Iustel, Madrid, 2006.
- Lázaro Sánchez, E.J. (coord.), Derecho de la Publicidad, Ed. Civitas, Pamplona, 2012.

<b>IX. Profesorado</b>	
Nombre y Apellidos	<b>César Ayala</b>
Correo Electrónico	<b>prof.cesarayala@eserp.com</b>
Titulación Académica	<b>DOCTOR</b>