



Universidad  
Pontificia  
de Salamanca

GUÍA ACADÉMICA

# DERECHO MERCANTIL

Marketing y Comunicación

Presencial

## DATOS BÁSICOS

<b>Módulo</b>	Empresa y entorno
<b>Carácter</b>	Básica
<b>Créditos</b>	6 ECTS
<b>Curso</b>	Primero
<b>Semestre</b>	2
<b>Calendario</b>	Del 31 de enero de 2022 al 21 de mayo del 2022
<b>Horario</b>	.
<b>Idioma</b>	español
<b>Profesor responsable</b>	Mercedes Ramos Gutiérrez
<b>E-mail</b>	mramosgu@upsa.es
<b>Tutorías</b>	

## BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Estudio del conjunto de normas jurídicas relativas al empresario en el ejercicio de su profesión y a los actos de comercio que surgen de su actividad económica. Así, el alumno conocerá la rama del derecho que regula el ejercicio del comercio por los distintos operadores económicos en el mercado. Mercado y libertad de empresa/Régimen jurídico de la empresa Regulación del mercado. La propiedad industrial/Derecho de las intervenciones (patentes y modelos de utilidad)/ Derecho de la competencia/Derecho industrial (Patentes y marcas) Competencia desleal/Derechos y defensa de los consumidores/Derecho de la publicidad.

## REQUISITOS PREVIOS

No se establecen requisitos previos.

## OBJETIVOS

- Conocer las normas esenciales del ordenamiento jurídico español relativas al empresario.
- Conocer los diversos actos del comercio que operan en a la actividad económica.
- Conocer la protección jurídica de la libre competencia y los actos desleales.
- Comprender y distinguir los diferentes derechos protegidos por Propiedad Industrial.
- Conocer las normas jurídicas relativas a la protección de consumidores y usuarios.
- Adquirir las destrezas correspondientes para la resolución de conflictos.

## COMPETENCIAS

### Competencias básicas y generales

B1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

B2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

B3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

B4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

B5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

G1. Que los estudiantes sean capaces de pensar y actuar según principios de carácter universal, respetar los derechos fundamentales, los valores democráticos, así como los principios de respeto al medio ambiente, responsabilidad social y cooperación al desarrollo.

## Competencias transversales

T1. Capacidad para plantear el trabajo de modo original, innovador y creativo, imaginando nuevas situaciones y problemas para desarrollar nuevas ideas y soluciones utilizando los conceptos y teorías aprendidos y manejando la información disponible.

T2. Capacidad para la toma de decisiones: capacidad de identificar, analizar y definir los elementos significativos que permitan tomar decisiones con criterio y de forma efectiva.

T3. Capacidad para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir.

T4. Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.

T5. Capacidad para trabajar en equipo, desarrollado la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.

T6. Habilidad para gestionar el tiempo, con capacidad para la organización y temporalización de las tareas.

T7. Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes.

T9. Capacidad para desarrollar creatividad, innovación y espíritu emprendedor.

T11. Capacidad para trabajar en contextos nacionales y mundiales.

T12. Alcanzar las habilidades propias del manejo básico de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs).

## Competencias específicas

E2. Conocer el entorno socioeconómico, tecnológico, cultural e institucional, tanto a nivel nacional como internacional en el marco de la globalización de los mercados para la toma de decisiones empresariales.

E6. Interpretar y aplicar las normas que rigen las transacciones comerciales y su tributación, la protección de los consumidores o usuarios, la regulación de los mercados de bienes y servicios, y la regulación del sector comercial.

E7. Adquirir los criterios deontológicos que permitan gestionar el marketing y/o la dirección comercial de las empresas u organizaciones atendiendo a los legítimos derechos de las personas y al bien común.

E14. Entender y analizar el comportamiento de los diversos tipos de cliente y de sus compras, así como el funcionamiento de los mercados de bienes y servicios, sus factores determinantes, la correspondiente estructura económica sectorial y las instituciones relevantes al respecto.

E19. Capacidad para la búsqueda de información general –tanto interna como externa-, de las bases de datos de necesarias, del tratamiento de datos e información, de la capacidad de interpretarlas correctamente y de sacar conclusiones adecuadas para la toma de decisiones en marketing

E23. Capacidad para identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.

E30. Ser capaz de identificar y evaluar oportunidades de negocio, tendencias sociales, culturales, de consumo e ideas que puedan constituir desarrollo de productos y proyectos empresariales

## CONTENIDOS

Contenidos de la enseñanza teórica

Lección 1.- Concepto y fundamento del Derecho mercantil.

Lección 2.- Fuentes del derecho mercantil.

Lección 3.- Mercado y comerciante.

Lección 4.- Regulación jurídica de la actividad económica: derecho de la competencia.

Lección 5.- Competencia desleal.

Lección 6.- Propiedad Industrial (I) Las invenciones y el diseño industrial.

Lección 7.- Propiedad industrial (II) Signos distintivos: Las marcas.

Lección 8.- Obligaciones y contratos mercantiles.

Lección 9.- Protección de los consumidores y usuarios.

Lección 10.-. Derecho mercantil internacional.

### Contenidos de la enseñanza práctica

1. Lectura comprensiva textos jurídicos.
2. Exposición y debate sobre conceptos básicos del Derecho mercantil y características del Ordenamiento Jurídico.
3. Exposición y debate de las fuentes del Derecho mercantil. Especial referencia al ámbito comunitario.
4. Exposición y debate de los actos de comercio y la actividad del empresario.
5. Exposición y debate de actos de competencia desleal.
6. Protección de los derechos protegidos por la propiedad industrial
7. Exposición y debate sobre la protección de los consumidores y usuarios.

### METODOLOGÍA

Actividades	Horas
<b>Metodología presencial</b>	<b>60 (40%)</b>
Sesiones teóricas	28
Sesiones prácticas	28
Examen	2
Tutorías	2
<b>Metodología no presencial</b>	<b>90 (60%)</b>
Trabajo individual de estudio casos planteados para el debate en clase	40
Lectura de libros, artículos y jurisprudencia	20

Preparación del examen teórico	30
<b>Total</b>	<b>150</b>

## Explicación opcional

### Sesiones teóricas

El método de aprendizaje consiste en la presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados a los contenidos de la asignatura a partir de la exposición de lecciones magistrales y debates.

### Sesiones prácticas

Clases centradas en la participación del alumno y el fomento del espíritu crítico. Están dedicadas a profundizar en los procedimientos y destrezas asociados al contenido de la asignatura. Los alumnos deberán analizar y exponer públicamente argumentos, trabajos de investigación realizados e intervenir en los debates propuestos.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### Convocatoria ordinaria

La evaluación de la parte teórica de la asignatura supone el 50% de la calificación final y consistirá en la realización de una prueba individual de contenidos final, examen, sobre los contenidos teóricos desarrollados.

La evaluación de la parte práctica de la asignatura supone un 30% de la calificación final, y comprende la realización de trabajos prácticos de carácter individual o colectivo donde se aplicarán los conocimientos tratados. En concreto:

Para superar la parte práctica el alumno debe entregar en clase los trabajos prácticos planteados. Un trabajo práctico no entregado supone una calificación de 0. En la corrección y calificación de los mismos, se valorará la capacidad del alumno para aplicar los conocimientos teóricos a las situaciones planteadas, el trabajo autónomo previo de investigación realizado, la calidad de los trabajos de investigación realizados por el alumno, así como la aplicación de las lecturas recomendadas en las clases prácticas y en los propios trabajos.

La evaluación continua supone un 20% de la calificación final. Se basará en la participación, intervención del alumno en las sesiones, las exposiciones de argumentos, debates y la aplicación de las lecturas recomendadas en las clases prácticas

Para aprobar la asignatura es necesario superar ambas partes.

## Convocatoria extraordinaria

Convocatoria extraordinaria para alumnos que han cursado este año la asignatura:

La evaluación de la parte teórica de la asignatura supone el 50% de la calificación final y consistirá en la realización de una prueba final, sobre los contenidos teóricos.

La evaluación de la parte práctica de la asignatura supone un 30% de la calificación final, y comprende un 20% la realización de trabajos prácticos de carácter individual o colectivo, y un 10% las lecturas recomendadas para la materia que se realizaron durante el curso. Es decir, se guarda la nota práctica.

La evaluación continua supone un 20% de la calificación final. Se basará en la participación, intervención del alumno en las sesiones, las exposiciones de argumentos, debates y la aplicación de las lecturas recomendadas en las clases prácticas. Es decir, se guarda la nota obtenida anteriormente.

Convocatoria extraordinaria para alumnos de otros cursos que tienen pendientes la asignatura

La evaluación se realizará mediante una única prueba relacionada con la parte teórica, la parte práctica y las lecturas.

## RECURSOS DE APRENDIZAJE Y APOYO TUTORIAL

### Referencias bibliográficas

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., *Contratos mercantiles*, Thomson Reuters Aranzadi, 2013.

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., (Coord.). *Comentario del texto refundido de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementaria: (Real Decreto Legislativo 1/2007)*, Thomson Reuters Aranzadi, 2015.

BROSETA PONT, M., *Manual de derecho mercantil*, vol. I, Tecnos, 2018.

BROSETA PONT, M., *Manual de derecho mercantil*, vol. II, Tecnos, 2018.



- DE LA CUESTA RUTE, J. M<sup>a</sup>., *Derecho mercantil para grados no jurídicos*, Huygens, 2013.
- FERNÁNDEZ-NÓVOA, F., *Manual de la propiedad industrial*, Marcial Pons, 2017.
- FERNANDEZ-NOVOA, C., *Tratado sobre derecho de marcas*, Marcial Pons, 2004.
- GALLEGO SÁNCHEZ, E., *Derecho Mercantil*, Tirant lo Blanch, 2013.
- GARCIA CALVENTE, Y., *Manual de responsabilidad social de las organizaciones: teoría y casos prácticos*, Comares, 2019.
- GARCÍA VIDAL, A., *Derecho de marcas e Internet*, Tirant lo Blanch, 2002.
- GÓMEZ SEGADE, J.A. / TOBÍO RIVAS, A. M<sup>a</sup>., *Estudios de derecho mercantil*, Marcial Pons, 2013.
- JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G., *Lecciones de Derecho Mercantil*, Tecnos, 2017.
- LASARTE ÁLVAREZ, C., *Manual sobre protección de consumidores y usuarios*, Dykinson, 2017.
- PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, A., *Derecho de la propiedad industrial, intelectual y de la competencia*, Marcial Pons, 2008.
- REBOLLO PUIG, M./IZQUIERDO CARRASCO, M., *La defensa de los consumidores y usuarios : (comentario sistemático del texto refundido aprobado por el Real Decreto legislativo 1/2007) : adaptados a las reformas introducidas por las Leyes 25/2009 y 29/2009*, Iustel, 2011.
- SÁNCHEZ CALERO, F., *Principios de derecho mercantil*, Thomson Reuters Aranzadi, 2017.

#### Lecturas

Artículos doctrinales

Jurisprudencia

#### Recursos electrónicos

Se proporcionará a los alumnos los materiales básicos de la asignatura. Se colgarán artículos doctrinales, la jurisprudencia y el enunciado concreto de cada tarea que el alumno debe exponer y debatir en las sesiones prácticas.

#### Tutorías

Existe un horario de atención tutorial durante 4 horas a la semana para que el alumno reciba el apoyo que necesite. El profesor orientará al alumno sobre los aspectos tratados en la asignatura y sobre todos los elementos que conforman su proceso de aprendizaje.

Además, habrá tutorías no presenciales vía on-line a través de la plataforma virtual para cualquier cuestión particular de la asignatura.

Todas las tutorías servirán para ayudar y resolver todas las dudas relacionadas con la asignatura.

## **BREVE CV DEL PROFESOR RESPONSABLE**

Mercedes Ramos Gutiérrez es licenciada en Derecho por la Universidad de Salamanca. Doctora en Derecho por esta misma institución. Es profesora de la Facultad de Comunicación de la UPSA desde 2006, donde se ha especializado en Derecho de la información, Derecho audiovisual, Derecho publicitario y Derecho de la competencia y propiedad industrial. Imparte docencia en los grados de Comunicación Audiovisual, Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, Marketing y Comunicación. Asimismo, imparte docencia en másteres y cursos en dichos ámbitos. Ha participado en diversos proyectos de investigación vinculados con el Derecho y la comunicación, y es autora de publicaciones relacionadas con dicho ámbito.