

MÓDULO	MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS	TIPO
Sociología y Derecho Mercantil	Régimen jurídico del mercado	4º	1º	6	Optativa
PROFESORES*			DIRECCIÓN COMPLETA DE CONTACTO PARA TUTORÍAS (Dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.)		
Grupo A Prof. responsable Ldo. Javier Pérez-Serrabona González Correo electrónico jpsgonzalez@ugr.es			Departamento de Derecho Mercantil (Seminario Miguel Motos) Facultad de Derecho Plaza de la Universidad s/n. 18071-Granada		
			HORARIO DE TUTORÍAS*		
			Pueden consultarse en http://derechomercantilyderechoromano.ugr.es/pages/mercantil/personal		
GRADO EN EL QUE SE IMPARTE			OTROS GRADOS A LOS QUE SE PODRÍA OFERTAR		
Grado en Marketing e Investigación de Mercados					
PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES (si procede)					
No existen prerequisites					
BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (SEGÚN MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL GRADO)					
<ul style="list-style-type: none"> • El empresario mercantil: clases de empresarios. Régimen jurídico del empresario individual. • Estatuto jurídico del empresario mercantil: contabilidad, Registro Mercantil, insolvencia, • Publicidad, competencia • Régimen jurídico de las sociedades mercantiles: especial referencia a la SA y la SL • El derecho industrial. La Oficina Española de Patentes y Marcas • Signos distintivos del empresario: marcas, nombres comerciales. El rótulo del 					

* Consulte posible actualización en Acceso Identificado > Aplicaciones > Ordenación Docente.



establecimiento

- Derecho de las invenciones: patentes, modelos de utilidad, otras modalidades
- Propiedad intelectual. La llamada propiedad comercial
- Derecho de la competencia: defensa de la competencia, competencia desleal
- Derecho de la publicidad
- Ordenación del Comercio minorista
- Derecho de los consumidores

COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS

G1, G3, G13, G15, G16, G19, G22, G23, G24, G27

- Comprender la estructura y funcionamiento de los principales operadores del mercado así como conocer los parámetros fundamentales para la elección de la forma jurídica adecuada para la empresa
- Capacidad para desenvolverse en el marco legal del mercado, conociendo el derecho de la competencia y de los consumidores, y utilizando los instrumentos propios de la propiedad intelectual e industrial

OBJETIVOS (EXPRESADOS COMO RESULTADOS ESPERABLES DE LA ENSEÑANZA)

TEMARIO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

LECCIÓN 1

El Derecho Mercantil como Derecho del mercado. Fuentes del Derecho Mercantil. La empresa y su significado para el Derecho Mercantil. Los operadores del mercado. El empresario mercantil: clases de empresarios. Régimen jurídico del empresario individual: requisitos. El empresario casado. El empresario extranjero. La responsabilidad del empresario.

LECCIÓN 2

Los auxiliares del empresario. El Registro Mercantil. La contabilidad mercantil. El concurso: el sistema español de Derecho concursal. Aproximación al procedimiento concursal. Presupuestos, órganos, efectos de la declaración de concurso, determinación de las masas activa y pasiva, el convenio o la liquidación. Calificación, conclusión y reapertura.

LECCIÓN 3

Régimen jurídico de las sociedades mercantiles. La sociedad como negocio jurídico y como sujeto del Derecho. Clases de sociedades: personalistas y capitalistas. La Sociedad Anónima: organización y funcionamiento. La Sociedad Limitada: organización y funcionamiento.



LECCIÓN 4

La propiedad industrial: Derecho de las invenciones: patentes, modelos de utilidad, otras modalidades. El diseño industrial. Signos distintivos del empresario: marcas, nombres comerciales. La protección del rótulo del establecimiento. La propiedad intelectual. La llamada propiedad comercial.

LECCIÓN 5

Defensa de la libre competencia. Prácticas prohibidas. Conductas autorizadas. El control de las concentraciones económicas. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. La represión de la competencia desleal. Cláusula general prohibitiva. Actos concretos de deslealtad competitiva. Especial referencia a la publicidad desleal.

LECCIÓN 6

La actividad publicitaria. Los contratos publicitarios: aproximación. Regulación legal: jerarquía normativa. Sujetos: anunciantes, agencias y medios. Referencia a los destinatarios. Forma. Principios generales. Clases de contratos publicitarios: a) El contrato de publicidad. b) El contrato de difusión publicitaria. c) El contrato de creación publicitaria. d) El contrato de patrocinio. Otros contratos publicitarios.

LECCIÓN 7

La ordenación del comercio minorista: la LOCM. La competencia autonómica sobre esta materia. La regulación de los horarios comerciales. La instalación de grandes superficies comerciales. La regulación de las ventas promocionales. La prohibición de algunos tipos de venta. La regulación de los pagos a proveedores. La regulación de la oferta contractual comercial.

LECCIÓN 8

La contratación con consumidores y usuarios. La protección jurídica de los consumidores. El mandato Constitucional en la materia. Competencias del Estado y competencias de las Comunidades Autónomas. Protección general y protección especial. Los contratos sometidos a condiciones generales. Los contratos de consumo y su protección en el TRLGDCU. Garantías de los consumidores y usuarios: Respecto a la información. Respecto a la publicidad. Respecto a la contratación. Respecto al cumplimiento

BIBLIOGRAFÍA

Se recomienda utilizar un manual actualizado de Derecho Mercantil. En los estudios universitarios en España el Derecho Mercantil es una materia consolidada desde hace décadas y, en consecuencia, son muchos los manuales al uso sobre la misma.

En clase se darán más orientaciones sobre las características de cada uno, pero tenga en cuenta alguno o algunos de los siguientes:

- Bercovitz Rodríguez-Cano, A., *Apuntes de Derecho Mercantil*, Thomson-Aranzadi, Cizur Menor (Navarra), última edición.
- Broseta Pont, M. / Martínez Sanz, F., *Manual de Derecho Mercantil*, tomo I, Tecnos, Madrid, última edición. Jiménez Sánchez, G. J. (coord.), *Derecho mercantil*, tomo I, Ariel, Barcelona, última edición.



- Jiménez Sánchez, G. J. (coord.), *Derecho Mercantil*, 10 volúmenes, Marcial Pons, Madrid, última edición.
- Jiménez Sánchez, G. J. (coord.), *Lecciones de Derecho Mercantil*, Tecnos, Madrid, última edición.
- Jiménez Sánchez, G. J. (coord.), *Nociones de Derecho Mercantil*, Marcial Pons, Madrid, última edición.
- Menéndez, A., (director) y otros autores, *Lecciones de Derecho Mercantil*, Thomson-Cívitas, Madrid, última edición.
- Sánchez Calero, F., *Principios de Derecho Mercantil*, Thomson-Aranzadi, Cizur Menor (Navarra), última edición.
- Uría, R., *Derecho Mercantil*, Marcial Pons, Madrid, última edición.
- Vicent Chuliá, F., *Introducción al Derecho Mercantil*, Tirant lo Blanch, Valencia, última edición.

ENLACES RECOMENDADOS

METODOLOGÍA DOCENTE

Las siguientes actividades formativas se desarrollaran desde una metodología participativa y aplicada que se centra en el trabajo del estudiante (presencial y no presencial; individual y grupal). Las clases teóricas, los seminarios, las clases prácticas, las tutorías, el estudio y trabajo autónomo y el grupal son las maneras de organizar los procesos de enseñanza y aprendizaje de esta materia. Cada profesor, en el marco de su libertad de cátedra, utilizará uno o varios de estos instrumentos. Deberá atenderse, en cada caso, a su Guía Didáctica o a sus indicaciones en el aula.

1. Lección magistral (Clases teóricas-expositivas). Descripción: Presentación en el aula de los conceptos fundamentales y desarrollo de los contenidos propuestos.
2. Actividades prácticas (Clases prácticas). Descripción: Actividades a través de las cuales se pretende mostrar al alumnado como debe actuar a partir de la aplicación de los conocimientos adquiridos.
3. Seminarios. Descripción: Modalidad organizativa de los procesos de enseñanza y aprendizaje caracterizada por tratar en profundidad una temática relacionada con la materia.
4. Actividades individuales (Estudio y trabajo autónomo). Descripción: 1) Actividades (guiadas y no guiadas) propuestas por el profesor para profundizar en aspectos concretos de la materia para que el estudiante avance en la adquisición conocimientos y procedimientos de la materia, 2) Estudio individualizado de los contenidos de la materia 3) Actividades evaluativas (informes, trabajos, recopilación y/o preparación de documentación, escritos, exámenes, ...).
5. Actividades grupales (Estudio y trabajo en grupo) Descripción: Actividades (guiadas y no guiadas) propuestas por el profesor para profundizar en grupo en aspectos concretos de la



materia.

6. Tutorías académicas. Descripción: instrumento de organización de los procesos de enseñanza y aprendizaje que se basa en la interacción entre el estudiante y el profesor.

EVALUACIÓN (INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE SOBRE LA CALIFICACIÓN FINAL, ETC.)

Conforme a la normativa vigente, la evaluación será **preferentemente continua**. Quienes por motivos laborales, estado de salud, discapacidad o cualquier otra causa debidamente justificada que les impida seguir este régimen, lo soliciten en tiempo y forma, podrán optar por la realización de una **evaluación final única**.

Evaluación continua

Cada profesor, en el ámbito de su libertad de cátedra, concretará en su Guía Didáctica o en sus indicaciones al estudiantado, algunas de las siguientes actividades, sin perjuicio de los criterios de ponderación y obligatoriedad que se concretan seguidamente:

- Exámenes, escritos u orales
- Trabajos presentados, y académicamente dirigidos, en relación con los contenidos de la asignatura
- Realización de distintos tipos de prácticas
- Participación activa de los estudiantes en las clases teóricas, prácticas, seminarios, talleres y demás actividades relacionadas con la materia
- Otras pruebas y actividades específicas que garanticen una evaluación objetiva del aprendizaje y rendimiento

La ponderación de dichos elementos de calificación se realizará conforme a los siguientes porcentajes:

Examen	Asistencia y participación activa del estudiante	Trabajos y otros
80%	10%	10%

En todo caso, para superar la asignatura, **será necesario obtener en el examen la calificación mínima de 5 sobre 10 (Aprobado)**.

Evaluación final única

La evaluación final única tendrá lugar mediante el sistema de examen escrito.

El examen constará de dos partes:

En la parte primera (de diez minutos de duración), se propondrán 4 preguntas concretas que el alumno debe contestar necesariamente. Su calificación será 0.5 ó 0 puntos, cada una.



En la parte segunda (de sesenta minutos de duración), se propondrán 3 preguntas de desarrollo de las que el alumno escogerá para responder exclusivamente 2. Su calificación será hasta 4 puntos cada una.

INFORMACIÓN ADICIONAL

<http://derechomercantilyderechoromano.ugr.es/>

