

Plan 458 GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Asignatura 42851 DERECHO DE LA PUBLICIDAD

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Formación básica

Créditos ECTS

6 ECTS (2 ECTS del área de Derecho civil y 4 ECTS del área de Derecho mercantil)

Competencias que contribuye a desarrollar

2.1 Generales

CG5: Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

CG6: Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos.

2.2 Específicas

CE3: Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio

CE19: Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores

CE20: Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.

CE23: Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos

CE25: Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes.

CE27: Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

Los resultados de aprendizaje específicos de la materia son comprender los límites establecidos por el Derecho con relación al desarrollo de la actividad profesional en el ámbito de la publicidad. A tal fin, se persigue facilitar y promover el aprendizaje de conocimientos, capacidades y procedimientos básicos para el desarrollo de una actividad profesional en el ámbito de la comunicación y, específicamente en el de la comunicación publicitaria. En relación a cada uno de los métodos docentes, los objetivos o resultados de aprendizajes propuestos son los

siguientes:

a) Clases teóricas y expositivas:

- Poseer y comprender conocimientos sobre el campo específico de la asignatura.
- Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos.
- Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.

b) Prácticas:

- Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos.
- Capacidad de asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio
- Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes.
- Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.

c) Trabajo autónomo personal o grupal:

- Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores
- Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.
- Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes.

d) Tutorías y evaluación:

- Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Contenidos

TEMA 1: DERECHO DE LA PUBLICIDAD: ORIGEN Y FUENTES

- 1.- CONCEPTO Y SURGIMIENTO DEL DERECHO DE LA PUBLICIDAD
- 2.- EL ORDENAMIENTO JURÍDICO Y LAS NORMAS
3. LAS FUENTES DEL DERECHO DE LA PUBLICIDAD
- 4.- LÍMITES A LA EFICACIA DE LAS NORMAS EN EL TIEMPO

TEMA 2: LOS SUJETOS DE LA PUBLICIDAD

- 1.- PERSONA FÍSICA Y PERSONA JURÍDICA
- 2.- LOS SUJETOS DE LA RELACIÓN PUBLICITARIA
- 3.- LOS DERECHOS DE LA PERSONALIDAD: HONOR, INTIMIDAD E IMAGEN

TEMA 3: EL OBJETO DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

- 1.- LA OBRA PUBLICITARIA: CONCEPTO Y CARACTERES
2. LA OBRA PUBLICITARIA Y LA PROPIEDAD INTELECTUAL
3. LA OBRA PUBLICITARIA Y LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
4. OTRAS VÍAS DE PROTECCIÓN DE LA OBRA PUBLICITARIA

TEMA 4: LA PUBLICIDAD ILÍCITA (I)

- 1.- LOS LÍMITES DEL DISCURSO PUBLICITARIO
- 2.- LA PUBLICIDAD CONTRARIA A VALORES CONSTITUCIONALES
- 3.- LA PUBLICIDAD DE MENORES
- 4.- LA PUBLICIDAD SUBLIMINAL

TEMA 5: PUBLICIDAD ILÍCITA (II)

- 1.- PUBLICIDAD CONTRARIA A LA NORMATIVA ESPECÍFICA (Artículo 5 de la LGP)
- 2.- PUBLICIDAD ENCUBIERTA (Artículos 5, 7 y 26 de la LCD)
- 3.- DELITO PUBLICITARIO (Artículo 282 del CP)

TEMA 6: PUBLICIDAD ILÍCITA (III)

- 1.- PUBLICIDAD ILÍCITA Y COMPETENCIA DESLEAL
- 2.- PUBLICIDAD ENGAÑOSA (Artículos 5, 7 y 21 a 27 de la LCD)
- 3.- PUBLICIDAD DESLEAL (Artículos 4, 6, 9, 10, 12 y 20 de la LCD)
- 4.- PUBLICIDAD AGRESIVA (Artículos 8 y 28 a 31 de la LCD)
- 5.- PUBLICIDAD COMPARATIVA (Artículo 10 de la LCD)

TEMA 7: NUEVAS FORMAS PUBLICITARIAS

- 1.- PRODUCT PLACEMENT O EMPLAZAMIENTO DE PRODUCTO (Artículos 2.31 y 17 LGCA)
- 2.- PUBLICITY
- 3.- PUBLICIDAD EN INTERNET (Artículos 19 a 22 LSSI, Artículo 30 LOPD y Artículo 29.2 LCD)

TEMA 8: LA RESOLUCIÓN DEL CONFLICTO PUBLICITARIO

- 1.- DEONTOLOGÍA PUBLICITARIA: LA AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA
- 2.- AUTOCONTROL
3. LA VÍA JURISDICCIONAL

TEMA 9: LA CONTRATACIÓN PUBLICITARIA

- 1.- RÉGIMEN JURÍDICO
- 2.- EL NACIMIENTO DEL CONTRATO PUBLICITARIO
- 3.- LA INEFICACIA DEL CONTRATO
- 4.- EL INCUMPLIMIENTO DEL CONTRATO
- 5.- DISPOSICIONES COMUNES ESPECÍFICAS DE LOS CONTRATOS PUBLICITARIOS

TEMA 10: LOS CONTRATOS PUBLICITARIOS

- 1.- EL CONTRATO DE PUBLICIDAD (Artículos 13 a 16 de la LGP)
- 2.- EL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA (Artículos 17 a 19 de la LGP)
- 3.- EL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA (Artículos 20 y 21 de la LGP)
- 4.- EL CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO (Artículo 22 de la LGP)

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

Clases teóricas y expositivas
Prácticas y seminarios
Trabajo autónomo personal o grupal
Tutorías
Evaluación

Criterios y sistemas de evaluación

La asignatura se divide en dos bloques de acuerdo con las áreas de conocimiento que tienen asignada la docencia:

Área de derecho civil: temas 1 a 3 del programa (bloque 1)

Área de derecho mercantil: temas 4 a 10 del programa. (bloque 2)

La evaluación de cada bloque se realiza de forma independiente. El primer bloque representa el 40% de la calificación final y el segundo bloque el 60%. Para aprobar la asignatura es imprescindible haber superado ambos bloques.

Sistema de evaluación en el bloque 1:

Se califica sobre 4 puntos

Se realizarán trabajos prácticos por cada tema que representarán 1,5 puntos de la nota final (0,5 puntos por cada tema)

El resto de la calificación (2,5 puntos) vendrá determinado por un examen teórico tipo test.

Sistema de evaluación en el bloque 2:

Estos criterios son mínimos pudiendo ser ampliados por el profesor encargado de la asignatura, haciendo referencia a los mismos tanto en el aula como a través del campus virtual de la asignatura.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

RECURSOS DE APRENDIZAJE

Bibliografía básica

HERNÁNDEZ-RICO, HERRERO SUÁREZ, MARTÍN GARCÍA Y MARTÍNEZ ESCRIBANO: Manual de Derecho de la Publicidad, Ed. Lex Artis, 2013

Bibliografía complementaria

CUESTA RUTE: Curso de derecho de la publicidad. Eursa, 2002.
LAZARO SANCHEZ: Comentario a la Ley general de publicidad. Thomson Aranzadi, 2009.
LLAMAS POMBO: Código de la información y publicidad. La Ley. 2008.
MARTIN GARCIA: La publicidad engañosa: efectos contractuales. Dykinson, 2002.
SANTAELLA LÓPEZ: Derecho de la publicidad. Civitas, 2003.

Recursos necesarios

- Biblioteca.
- Bases de datos jurídicas
- Sala de informática.
- Plataforma educativa Moodle.
- Correo electrónico.
- Tutorías.
- Material proporcionado en clase por el docente.

HORARIO DE TUTORÍAS

María del Lirio Martín García:

Celia Martínez: lunes de 15:00 a 17:00 horas; martes de 15:00 a 19:00 horas. Despacho de tutorías 220.

Calendario y horario

Grupo 1: lunes 9:00 a 11:00; martes 11:00 a 13:00

Grupo 2: lunes 11:00 a 13:00; martes: 9:00 a 11:00

Grupo 3: lunes 17:00 a 19:00; martes: 15:00 a 17:00

BLOQUE TEMÁTICO

CARGA ECTS

PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO

Bloque 1

2

11 de febrero a 12 de marzo

Bloque 2

4

16 de marzo a 28 de mayo

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES

HORAS

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

HORAS

Clases teórico-prácticas (T/M)

6

Estudio y trabajo autónomo individual

4

Clases prácticas de aula (A)

6

Estudio y trabajo autónomo grupal

3.5

Laboratorios (L)

Seminarios (S)

2

Tutorías grupales (TG)

2

Evaluación

2

Total presencial

18

Total no presencial

7.5

Plan de trabajo

Los discentes asumirán un sistema de evaluación formativa a través del desarrollo de diferentes actividades presenciales y no presenciales, unas de carácter individual y otras grupal, que se iniciarán con la presentación de los contenidos jurídicos básicos por parte del profesor, para, a continuación, poner en práctica los mismos por medio de talleres, seminarios o la resolución de problemas ad hoc.

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

BLOQUE 1:

Grupos 1 y 2: Celia Martínez Escribano, email: celia@der.uva.es

Grupo 3: Lirio Martín García, email: lirio@dcj.uva.es

BLOQUE 2:

Grupo 1:

Grupo 2:

Grupo 3: José Miguel Hernández-Rico

Idioma en que se imparte

Español