

Plan 467 GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Asignatura 45610 RÉGIMEN JURÍDICO DEL MERCADO II

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria

Créditos ECTS

3 créditos

Competencias que contribuye a desarrollar

- Saber aplicar los conocimientos obtenidos a su trabajo profesional en la dirección de marketing, la prospección de mercado o los sondeos de opinión, haciéndolo desde una perspectiva multidisciplinar e integradora de conocimientos y sabiendo liderar y motivar los equipos de trabajo, así como poseer las competencias que suelen demostrarse mediante la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas complejos en dicho campo.
- Tener la capacidad de reunir e interpretar noticias, datos e informaciones relevantes a efectos de interpretar la evolución de los mercados de bienes y servicios y formular una adecuada estrategia de marketing, estando en disposición de emitir juicios que incluyan una reflexión desde un punto de vista científico, social y ético.
- Poder transmitir informaciones, ideas, proyectos y soluciones a públicos especializados y no especializados, tanto oralmente como por escrito, haciéndolo de forma ordenada, concisa, clara sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.
- Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permitan emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía y aprovechamiento.
- Ser capaz de actuar y pensar según principios de carácter universal basados en el valor de la persona y que se dirijan a su pleno desarrollo con respecto de los derechos fundamentales de los individuos, así como el respeto al medio ambiente, la responsabilidad social y la cooperación al desarrollo.
- Entender las bases teóricas, la formación de los precios, la naturaleza de los hechos económicos y, fundamentalmente, del marco regulador de las distintas actividades económicas en los mercados.
- Conocer las grandes coordenadas del entorno sociológico, tecnológico, cultural e institucional español e internacional en un marco globalizado, así como las principales actuaciones macroeconómicas y microeconómicas aplicadas por las autoridades públicas.
- Comprender y manejar con soltura los fundamentos conceptuales y técnicos de los estudios de mercado y las estrategias de marketing, junto con sus aplicaciones específicas en diversas áreas.
- Contribuir al conocimiento y desarrollo de la investigación de mercados mediante las herramientas jurídicas de aplicación prioritaria al sector que nos corresponde.
- Interpretar, comprender y aplicar las normas públicas reguladoras de las actividades económicas en los distintos mercados de bienes y servicios, la protección de los consumidores y usuarios, el funcionamiento de los mercados y la regulación del sector comercial.
- Reunir, seleccionar y aprovechar distintas fuentes primarias de información mediante distintas herramientas, aprovechando los recursos informáticos.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

Integrar el Régimen Jurídico del Mercado en el conjunto del ordenamiento jurídico español, ofreciendo una necesaria visión de conjunto del mismo.

Interpretar la normativa del mercado aplicándola a la realidad económica y a los diversos operadores del mercado.

Proteger los intereses de los consumidores y usuarios y reforzar la responsabilidad de los empresarios.

Analizar las diversas normas de competencia existentes tanto en el Derecho Internacional como en el Derecho de la Unión Europea y el Derecho español, así como la proyección práctica de las mismas.

Estudiar las recientes disposiciones reformadoras de la competencia desleal y de la publicidad comercial, con especial atención a las prácticas comerciales desleales.

Contenidos

Mercado, Estado y Derecho Privado: Los fundamentos de la actividad económica en el mercado
Los operadores del mercado: empresarios/comerciantes y consumidores/usuarios. Sus respectivos Estatutos.
Derecho del Consumo de la Unión Europea y Derecho español de protección a los consumidores
Derecho de la Competencia: La normativa antitrust en el Derecho de la UE y en el Derecho español.
La Competencia Desleal y la Publicidad Comercial

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

- Clase magistral sobre contenidos teóricos.
- Estudio del caso y aprendizaje basado en la resolución de problemas prácticos.
- Realización de seminarios destinados al análisis conjunto de determinadas áreas de conocimiento de esta asignatura.
- Estudios y trabajos tanto individuales como en grupos
- Tutorías individuales y/o grupales
- Actividades externas (asistencia a conferencias, jornadas científicas, cámaras de comercio, institutos de arbitraje, tribunales de justicia, etc.)

Criterios y sistemas de evaluación

- Registros de observación sistemática de actividad, de aplicación a lo largo del curso: 10%
- Trabajos individuales y/o trabajos de grupo. Entrega y valoración de los mismos: 15%
- Resolución de problemas y entrega de casos prácticos : 15%
- Prueba escrita final, valorando la comprensión de aspectos teóricos del programa y resolución de casos : 60%

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

- Plataforma virtual de la UVA (Moodle)
- Recursos Informáticos de la Fac. CC. EE. y EE.
- Bibliografía recomendada:
 1. SÁNCHEZ CALERO, F. y SÁNCHEZ CALERO GUILARTE. Instituciones de Derecho Mercantil. V.I. Ed. Thomson Reuters
 - 2.- JIMÉNEZ SÁNCHEZ. Derecho Mercantil I. Editorial Marcial Pons
 - 3.- LASARTE ALVAREZ: Manual sobre protección de consumidores y usuarios, 3ª edición revisada y actualizada. Ed. Dykinson.
 - 4.- PIPAÓN PULIDO. Derechos de los consumidores y usuarios. Edición 2009. Editorial Lex-Nova
 - 5.- BELLAMY & CHILD: Materials on European Community Law of Competititon . Edition 2009. Editorial Oxford.
 - 6.- REVISTAS ESPECIALIZADAS: Revista española de Derecho de la Competencia. Estudios sobre Consumo. Revista de los Negocios. Revista de Sociedades y Otras revistas internacionales.

Calendario y horario

Consultar página web Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

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

- Actividades presenciales
 - a) Clases teóricas: 17 horas
 - b) Clases prácticas : 3'5 horas
 - c) Prácticas en aulas informáticas: 2 horas
 - d) Seminarios y tutorías: 4 horas
 - e) Sesiones de evaluación: 3'5 horas
- Actividades no presenciales
 - a) Estudio y trabajo autónomo individual: 22'5 horas
 - b) Elaboración trabajos teóricos y prácticos: 18'5 horas
 - c) Documentación: 4 horas

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)

Profesor Doctor VICENTE MAMBRILLA RIVERA

FORMACIÓN ACADÉMICA

LICENCIATURA EN DERECHO; FAC. DE DERECHO, UNIV. DE VALLADOLID; JUNIO 1975

DOCTORADO: DOCTOR EN DERECHO; FAC. DE DERECHO, U. DE VALLADOLID; 11/03/1986

SITUACIÓN PROFESIONAL

ORGANISMO: UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD, ESCUELA o INSTITUTO: FAC. DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

DEPT./SECC./UNIDAD ESTR.: DEPARTAMENTO DE DERECHO MERCANTIL, DERECHO DEL TRABAJO Y DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO

CATEGORÍA PROFESIONAL: PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD

FECHA DE INICIO: 16/02/1987

DIRECTOR DEPARTAMENTO DERECHO

MERCANTIL, DERECHO DEL TRABAJO E INTERNACIONAL PRIVADO

ACTIVIDADES ACADÉMICAS MÁS RECIENTES

- La política comunitaria de protección a los consumidores y usuarios". Conferencias impartidas en los Cursos de Consumo organizados por la Junta de Castilla y León en Mayo, Septiembre y Octubre de 2008
- Jornada sobre "La Directiva sobre Prácticas comerciales desleales y su transposición al Derecho interno español". Organizada por el IEE y la FGUVVA, con la subvención de la Secretaría de Estado de la UE, celebrada en Junio de 2011 en Valladolid
- "La reforma de la Ley española de Competencia Desleal y de la Ley General de Publicidad: La cláusula general prohibitiva de las conductas desleales", Instituto de Estudios Europeos, Julio 2010
- La Política europea de Transportes: Hacia un espacio único europeo del transporte", en la obra colectiva "Las políticas comunitarias", 2011
- Ponencia : "La protección de los consumidores frente a las prácticas comerciales engañosas y agresivas, II Congreso Nacional de Distribución Comercial y Derecho de la Competencia, Madrid, Universidad Rey Juan Carlos, 2009
- Vocal del Comité Científico del "I Congreso Internacional de Derecho de la Competencia", "La aplicación privada del Derecho de la Competencia", Valladolid, septiembre de 2010

PARTICIPACIÓN EN MÁSTERS Y CURSOS DE ESPECIALIZACIÓN MÁS REPRESENTATIVOS

"Máster en Integración Europea", organizado por el Instituto de Estudios Europeos de la Universidad de Valladolid; Módulo de Competencia: "Los acuerdos de cooperación horizontal", curso académico 2008/9.

"Máster en Empresas de gestión cultural y Economía cultural": Marco Jurídico mercantil: La Propiedad Intelectual. Su marco regulatorio", en EUEE de la UVA, Diciembre 2010.

"Máster de Investigación en Contabilidad y Gestión Financiera", organizado por el Departamento de Contabilidad y Organización de Empresas de la UVA; Módulo optativo: Marco Jurídico. Mayo 2011.

"Cursos de protección del comercio organizados por el Instituto Nacional del Consumo en 2009

"Cursos de Consumo organizados por la Junta de Castilla y León (Consejería de Política Social y Consumo), año 2010, julio, celebrado en Salamanca.

TRAMOS DE INVESTIGACIÓN RECONOCIDOS POR LA COMISIÓN NACIONAL EVALUADORA:

Acreditado por dos tramos correspondientes a 1993-1999 y 2.000-2006

Pendiente de acreditación tercer tramo correspondiente al período 2007-2011

OTROS MÉRITOS ACADÉMICOS

*Director del Departamento de Derecho Mercantil, Derecho del Trabajo e Internacional Privado 2.008-2012

*Vicedecano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 2000-2004

* Miembro del Instituto de Estudios Europeos de la Universidad de Valladolid

*Coordinador de la Sección de Documentos de la Revista española de Derecho de Sociedades, desde el año 2007

*Director del Master MBA-red de la UVA en colaboración con ENCLAVE, S.L. Cursos académicos 2004/2005 y 2005/2006

*Coordinador del Máster en Derecho Empresarial de la Universidad pública René Gabriel Moreno de Santa Cruz de la Sierra (Bolivia)

*Profesor permanente de la Cátedra de EMPRESA FAMILIAR de la Universidad de Valladolid

Idioma en que se imparte

CASTELLANO