

Plan 467 GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Asignatura 45604 RÉGIMEN JURÍDICO DEL MERCADO I

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria

Créditos ECTS

3 créditos ECTS

Competencias que contribuye a desarrollar

1. COMPETENCIAS GENERALES

Se promoverá el desarrollo de todas y cada una de las competencias generales si bien con especial relevancia las siguientes:

1. Saber aplicar los conocimientos adquiridos a su trabajo de forma profesional, y poseer las competencias que suelen demostrarse mediante la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas de carácter económico-empresarial.
2. Tener la capacidad de reunir e interpretar datos e información relevante desde el punto de vista económico-empresarial para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas de índole social, científica o ética.
3. Poder transmitir (oralmente y por escrito) información, ideas, problemas y soluciones relacionados con asuntos económico-empresariales, a públicos especializados y no especializados de forma ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.
4. Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permitan emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
5. Ser capaz de pensar y actuar según principios de carácter universal que se basan en el valor de la persona y se dirigen a su pleno desarrollo, a la vez que respetar los derechos fundamentales y de igualdad entre mujeres y hombres, los derechos humanos, los valores de una cultura de paz y democráticos, así como los principios medioambientales, de responsabilidad social y de cooperación al desarrollo que promuevan un compromiso ético en una sociedad global, intercultural, libre y justa.

2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Poseer un conocimiento adecuado de la empresa, su marco institucional y jurídico, así como los elementos básicos del proceso de dirección, la organización, la contabilidad, la fiscalidad, las operaciones, los recursos humanos, la comercialización y la financiación e inversión.
2. Conocer el comportamiento de los agentes económicos y las organizaciones (empresas, economías domésticas, entidades no lucrativas, sector público,...) y el funcionamiento de los mercados, junto con los factores relevantes a la hora de adoptar decisiones.
3. Conocer los instrumentos y herramientas disponibles, así como sus ventajas e inconvenientes, para diseñar políticas y estrategias empresariales en el ámbito general de la organización o en cuanto a financiación e inversión, operaciones, capital humano y comercialización, a la vez que comprender sus efectos sobre los objetivos empresariales y el reflejo contable de sus resultados.
4. Conocer los elementos clave para el asesoramiento científico y técnico en la administración y dirección de empresa y otras organizaciones de acuerdo con las necesidades sociales, los objetivos correspondientes, la legislación vigente y la responsabilidad social de las empresas.
5. Poseer conocimientos sobre los diferentes métodos cuantitativos y cualitativos para el análisis, evaluación y predicción en la administración y dirección de empresas y otras organizaciones.
6. Administrar una empresa u organización de pequeño tamaño, o un departamento en una empresa u organización de mayor dimensión, tanto en el ámbito del sector privado como en el marco del sector público, logrando una adecuada posición competitiva e institucional y resolviendo los problemas más habituales en su dirección y gestión.
7. Recopilar e interpretar diversas fuentes de información (bibliográficas, estadísticas, etc.) mediante diferentes herramientas.
8. Formular hipótesis y previsiones sobre una idea de negocio y su articulación jurídica, siendo capaz de convertirla en un proyecto empresarial (aprender a emprender).

Objetivos/Resultados de aprendizaje

1. Definir el marco jurídico en el que se desarrollan las actividades comerciales.
2. Conocer y comprender la regulación de los horarios comerciales, las promociones de ventas y las ventas especiales.
3. Comprender el papel que juega el comercio en los espacios urbanos y su capacidad para promover estrategias de desarrollo económico y de regeneración de áreas urbanas en crisis.
4. Evaluar críticamente las fortalezas y debilidades del modelo de urbanismo comercial vigente en nuestro país.
5. Conocer los procedimientos legalmente establecidos para poder desarrollar una actividad comercial en una ubicación concreta.

Contenidos

Tema 1. LA INTERVENCIÓN PÚBLICA EN EL COMERCIO INTERIOR.

1. Evolución reciente del sector de la distribución comercial.
2. La ordenación jurídica del comercio interior.
3. Constitución y comercio interior.
4. La distribución de competencias en materia de comercio interior.

Tema 2. LA REGULACIÓN DE LOS HORARIOS COMERCIALES.

1. Evolución histórica.
2. La Ley 1/2004, de 21 diciembre, de horarios comerciales.
3. La regulación de horarios en Castilla y León.
4. Repercusiones jurídicas, económicas y sociales de la regulación.

Tema 3. LA INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA EN LAS PRÁCTICAS COMERCIALES.

1. Las actividades de promoción de ventas: Rebajas, saldos, liquidaciones, outlets.
2. Las modalidades especiales de venta: Venta a distancia, venta automática, venta en pública subasta y ventas ambulantes.
3. Las franquicias.

Tema 4. EL URBANISMO COMERCIAL COMO CONTROL DE LA IMPLANTACIÓN DE LOS GRANDES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES (GEC)

1. Evolución de los formatos comerciales. Estrategias de localización. Relación entre nuevos formatos comerciales y expansión urbana. Factores determinantes en la evolución del sector.
2. Régimen jurídico de la instalación de grandes establecimientos comerciales
3. El impacto de la Directiva de Servicios en el urbanismo comercial.
4. Las autorizaciones comerciales. Especial referencia a la normativa castellano y leonesa.
5. Creación de empresas: Trámites para el inicio de la actividad comercial (PYMES).

Tema 5. EL URBANISMO COMERCIAL COMO ESTRATEGIA DE REVITALIZACIÓN DE LOS CENTROS URBANOS.

1. Planificación y desarrollo de los Centros Comerciales Abiertos (CCAs). Asociacionismo y gestión unitaria. Papel del sector público.
2. Experiencias comparadas en la gestión de centros comerciales urbanos: Los Business Improvement Districts (BIDs).

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

Clase magistral sobre contenidos teóricos. Tutoría individual y/o grupal. Resolución de supuestos prácticos que se proporcionarán oportunamente al estudiante. Recomendación de lecturas específicas relacionadas con la materia. Realización de un seminario que permita abordar con mayor detalle y de forma cooperativa alguno de los temas propuestos. Realización de trabajos sobre aspectos concretos de la regulación comercial.

Criterios y sistemas de evaluación

1. CONVOCATORIA ORDINARIA

Sistema de evaluación continua: Periódicamente la profesora propondrá la realización de un trabajo, que se presentará por escrito y/o se expondrá públicamente en clase. Para poder superar la asignatura los alumnos deberán presentar correctamente al menos el 80% de las actividades propuestas. La calificación final será el resultado de la suma de las calificaciones obtenidas en cada uno de los trabajos (al principio del curso se facilitará la puntuación que se le otorgará a cada trabajo).

Los trabajos serán desarrollados individualmente o en grupo, de acuerdo con las indicaciones de la profesora. Habrán de seguirse las normas de presentación establecidas en esta guía docente. Todos los trabajos se remitirán a través del Campus Virtual (Moodle) antes de las fechas indicadas. No se admitirá ningún trabajo enviado con posterioridad.

2. CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Aquellos alumnos que no superen la asignatura en la convocatoria ordinaria, podrán realizar en la convocatoria extraordinaria de febrero un EXAMEN FINAL, de carácter escrito, que constará de un tema de desarrollo que versará sobre el contenido del programa de la asignatura. Se valorará la formación general y el nivel de conocimientos del alumno, la claridad y orden de las ideas, así como la exposición escrita.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Plataforma virtual (Moodle)

BLOG: <http://rjmvillarejo.blogspot.com>

Calendario y horario

A disposición de los alumnos en la página web de la Facultad de Ciencias Económicas

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

ACTIVIDADES PRESENCIALES

HORAS

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

HORAS

Clases teóricas

20

Estudio y trabajo autónomo individual

30

Clases prácticas

8

Estudio y trabajo autónomo grupal

15

Otras actividades y evaluación

2

Total presencial

30

Total no presencial

45

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)

Helena Villarejo Galende

Departamento de Derecho Público

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de Valladolid

Avenida Valle Esgueva, 6

47011 Valladolid

Tel. (+34) 983 185 947 – (+34) 657 258 551

e-mail: helenav@eco.uva.es

<https://uva-es.academia.edu/helenavillarejo>

Twitter: @villarejoh

Helena Villarejo Galende es profesora titular de Derecho Administrativo de la Universidad de Valladolid, en la que imparte clases desde hace más de quince años.

Sus investigaciones se dirigen al terreno del Derecho Administrativo Económico, con especial atención a la regulación comercial, el urbanismo y la contratación pública. Sobre el particular, ha publicado varios libros entre los que destacan: Régimen jurídico de los horarios comerciales (1999), Equipamientos comerciales. Entre el urbanismo y la planificación comercial (2008) y La Directiva de Servicios y su impacto sobre el comercio europeo (2009). Es autora también de más de cuarenta artículos doctrinales y capítulos de libros.

Ha asesorado tanto al Gobierno nacional como al de algunas Comunidades Autónomas (Castilla y León, Navarra, Cataluña) en la elaboración de la regulación comercial y en la transposición de la Directiva de Servicios, motivo por el cual fue, además, ponente en el Congreso de los Diputados (2009). Asimismo, fue miembro del grupo de expertos del programa de dinamización comercial urbana y la creación de gerencias de centros urbanos comerciales (2010-2011). Recientemente, sus investigaciones se centran en la colaboración público-privada. Ha sido la investigadora principal del Proyecto Nacional de I+D sobre "La colaboración público-privada en infraestructuras urbanas como herramienta para contribuir a la recuperación económica y reforzar la sostenibilidad" (DER2011-2758, 2011-2015), en el que se

enmarcan algunas de sus últimas publicaciones: “Colaboración público-privada y contratación precomercial para el impulso de la I+D+i y la transferencia del conocimiento” (2013), “Colaboración público-privada para la revitalización de espacios urbanos: la introducción de los Business Improvement Districts en el ordenamiento jurídico español” (2014) y “Smart cities: Una apuesta de la Unión Europea para mejorar los servicios públicos urbanos” (2015). En la actualidad, participa en el Proyecto Nacional de I+D: “Colaboración público-privada y consolidación fiscal: Business Improvement Districts (BIDs) y Entidades Colaboradoras de la Administración (ECAs)” (DER2015-65148-C2-1-P, 2016-2018). Ha desempeñado actividades investigadoras en diversas universidades extranjeras: New York University (Estados Unidos), Universidad de Cardiff (Reino Unido) y Ryerson University (Toronto, Canadá). Ha impartido conferencias en distintas Universidades y en instituciones públicas y privadas dentro y fuera de España, así como diversos cursos de postgrado y especialización.

Idioma en que se imparte

Español
