

**Proyecto/Guía docente de la asignatura**

Asignatura	INTRODUCCIÓN AL DERECHO		
Materia	MARCO JURÍDICO		
Módulo			
Titulación	MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		
Plan	467	Código	45592
Periodo de impartición	1 CUATRIMESTRE	Tipo/Carácter	FORMACIÓN BÁSICA
Nivel/Ciclo	GRADO	Curso	1º
Créditos ECTS	6 ECTS		
Lengua en que se imparte	CASTELLANO		
Profesor/es responsable/s	BENJAMÍN PEÑAS MOYANO ALFREDO ALLÚE BUIZA		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	benja@eco.uva.es ; tfno.: 983 184387 aallue@eco.uva.es ; tfno. Ext: 3380		
Departamento	DERECHO MERCANTIL, DERECHO DEL TRABAJO y DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO DERECHO CONSTITUCIONAL, PROCESAL Y ECLESIASTICO DEL ESTADO		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura de Introducción al Derecho se enmarca dentro de la formación jurídica básica para los estudiantes de Marketing e Investigación de Mercados. El objetivo principal de las asignaturas que integran el marco jurídico es familiarizar al alumno con la regulación jurídica que, en principio, le es ajena, lo cual le permitirá en su actividad profesional abordar con mayores garantías el imprescindible manejo, siempre con sentido crítico, de la información jurídica. Se busca con estas enseñanzas la adquisición por el estudiante de un conocimiento esencial del marco jurídico público y privado. Se trata de adquirir, manejar y valorar los elementos jurídicos básicos del marco legal aplicable a los operadores económicos, lo que resulta imprescindible para poder comprender el funcionamiento de los sistemas de economía de mercado y poder proponer soluciones para un mayor progreso social.

Es preciso destacar que el aprendizaje de esta materia se llevará a cabo teniendo en consideración que se trata de una materia jurídica impartida en una Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, para el Grado en Marketing e Investigación de Mercados, con lo que se prestará una especial atención a aquellas cuestiones que tienen un mayor entronque con la empresa y el ámbito en que actúa.

Todo ello tendrá como objetivo la adquisición de los conocimientos y la consecución de habilidades y destrezas imprescindibles para el estudiante de Marketing e Investigación de Mercados en la materia jurídica, lo que le facilitará desarrollar su futura actividad profesional de forma más completa.

1.2 Relación con otras materias

Mantiene relación y sirve de introducción, como asignatura instrumental, que facilitará el aprendizaje de las siguientes asignaturas del Plan de estudios de este Grado de Marketing e Investigación de Mercados:

- Régimen jurídico del mercado I
- Régimen jurídico del mercado II
- Régimen jurídico de la distribución comercial

Facilita encuadrar en el ámbito normativo el estudio y propuestas de política económica que se abordan en las distintas materias del Grado.

1.3 Prerrequisitos

Ninguno



2. Competencias

2.1 Generales

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

a) *Saber aplicar los conocimientos adquiridos a su trabajo profesional en la dirección de marketing, la prospección de mercados o los sondeos de opinión, haciéndolo desde una perspectiva interdisciplinar e integradora de conocimientos y sabiendo liderar y motivar a 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.*

b) *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 estrategia de marketing, estando en disposición de emitir juicios que incluyan una reflexión desde un punto de vista social, científico o ético.*

c) *Poder transmitir informaciones, ideas, propuestas y soluciones a públicos especializados y no especializados, tanto oralmente como por escrito, en relación con el marketing estratégico, la transformación del entorno y las perspectivas de los mercados, haciéndolo de forma ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.*

d) *Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permiten emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía y aprovechamiento.*

e) *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 democráticos y de una cultura de paz, así como los principios de respeto al medio ambiente, responsabilidad social y cooperación al desarrollo, en el marco de un compromiso ético en pro de una sociedad global, intercultural, libre y justa.*

2.2 Específicas

a) *Entender las bases teóricas, tanto de la economía general como de la economía y estrategia empresarial, la formación de los precios y la naturaleza de los hechos económicos, el proceso de dirección y las áreas funcionales de la empresa, a la vez que manejar los métodos cuantitativos esenciales y dominar los fundamentos sociales, históricos y jurídicos de la actividad económica y la dirección de marketing.*

b) *Conocer las grandes coordenadas del entorno socioeconómico, tecnológico, cultural e institucional español, europeo e internacional en un marco de globalización e integración, así como las principales políticas macroeconómicas y sectoriales aplicadas por las autoridades públicas, en paralelo con su trayectoria histórica e impacto sobre las relaciones comerciales y financieras mundiales, la evolución de la coyuntura, el*



comportamiento psico-social de la clientela, las decisiones de compra, el comercio exterior, la reorientación del marketing y la responsabilidad social de la empresa.

c) Comprender y manejar con soltura los fundamentos conceptuales y teóricos de los estudios de mercado y las estrategias de marketing, junto con sus posibles aplicaciones específicas en diversas áreas (marketing social, público...), en Internet o escenarios relacionados y en la investigación de la opinión pública.

d) Conocer las políticas aplicables y la cartera de modelos o técnicas relacionadas con el marketing analítico y estratégico, incluyendo la investigación de mercados mediante herramientas cualitativas y/o cuantitativas, el desarrollo de productos, la fijación de precios, la comunicación, la distribución, la expansión internacional, la respuesta competitiva y la innovación, en el marco de una eficaz gestión de equipos y una economía y estrategia empresarial basada en criterios éticos y de responsabilidad social.

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

f) Reunir, seleccionar y aprovechar diferentes fuentes primarias de información (bibliográficas, estadísticas, económicas, comerciales, demográficas, etc.) mediante diversas herramientas, incluyendo los recursos telemáticos, así como diseñar, organizar, efectuar la recogida de datos y utilizar éticamente las informaciones procedentes de fuentes secundarias, asegurando su fiabilidad y teniendo en cuenta el coste y los objetivos.



3. Objetivos

- Obtener una formación jurídica básica y general.
- Conocer los principios básicos de la caracterización y organización del Estado español y de la Unión Europea.
- Identificar las fuentes del ordenamiento jurídico español.
- Manejar la principal legislación y jurisprudencia, básicamente la del Tribunal Supremo y del Tribunal Constitucional.
- Definir el marco jurídico en el que se desarrolla la actividad económica y empresarial.
- Identificar los conflictos de intereses que se originan en el ejercicio de la actividad empresarial.
- Conocer los instrumentos básicos del Derecho privado en las actuaciones en el mercado.
- Interpretar la normativa mercantil aplicándola a la realidad económica y de la empresa.
- Reconocer las distintas formas jurídicas de organización de la empresa.
- Conocer las normas básicas que integran el Estatuto jurídico del empresario y de la empresa.





4. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque 1: “Introducción al sistema constitucional español: categorías normativas. Derecho de propiedad y los derechos económicos y sociales. La Constitución Económica. Sistema de fuentes de Derecho Privado”

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

La existencia de un Estado Social y Democrático de Derecho permite una amplia intervención pública de carácter procurativo en los espacios de la economía de mercado. El sistema constitucional actual, como el nuestro, y el sistema constitutivo de la Unión Europea en el que nos integramos tiene una gran capacidad de innovación legislativa y jurisprudencial de las relaciones económicas. Se hace necesario pues, conocer y valorar los instrumentos jurídico-públicos que innovan las relaciones económicas.

b. Objetivos de aprendizaje

- Conocer el modelo del Estado y los principios básicos de la Constitución económica.
- Identificar las fuentes del ordenamiento jurídico español.
- Comprender el funcionamiento básico de la Unión Europea.

c. Contenidos

CONSTITUCIÓN Y ORDENAMIENTO CONSTITUCIONAL

- 1.- Concepto de Constitución. Supremacía Constitucional e instrumentos de garantía: Control de Constitucionalidad y reforma de la Constitución.
- 2.- Sistema de fuentes: La Ley, categorías de ley. Actos con fuerza de ley. El Reglamento. Otras fuentes: la costumbre, los principios generales del derecho, la doctrina científica. La Jurisprudencia: valor de las Sentencias del Tribunal Constitucional. El sistema de fuentes de la Unión Europea: derecho constitutivo y derecho derivado.
- 3.- Los Derechos Fundamentales. Tipología. Derecho de Propiedad y Libertad de Empresa. Los derechos laborales. Los principios rectores de política social y económica.

d. Métodos docentes

1. Lección magistral
2. Estudio del caso

e. Plan de trabajo

Lecciones magistrales que anticipen conocimientos teóricos imprescindibles



Tutorías de carácter individual o grupal
Acceso mediante tecnologías multimedia a la búsqueda de normas jurídicas
Elaboración de casos prácticos que permitan conocer los supuestos reales de actuación del poder público y sus procedimientos
Suministrar lecturas doctrinales específicas o Sentencias
Impartición de algún seminario específico sobre algún hecho relevante de la actividad pública en la material.
Asistencia a eventos científicos de carácter transversal que computen como práctica (jornadas científicas, seminarios) que se realicen fuera de la facultad como puede ser en el Instituto de Estudios Europeos o en el Centro de Documentación Europea.

f. Evaluación

Actividad presencial y participativa
Entrega de tareas encomendadas y casos prácticos
Prueba escrita final

g. Bibliografía básica

Roberto L. Blanco Valdés: "Introducción a la Constitución de 1978", Alianza Editorial, 2006.
E. Linde Paniagua. "Constitución Tribunal Constitucional", Civitas (25 edición), 2009 (o cualquier otro compendio o código que reúna normas imprescindibles del ordenamiento constitucional español).

h. Bibliografía complementaria

Itziar Gómez Fernández y otros: "Esquemas de Derecho Constitucional", Tirant lo Blanch, 2008
Ignacio García Vitoria: "La libertad de empresa: ¿un terrible derecho?. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2008.

i. Recursos necesarios

Aula de informática. Relación con los alumnos mediante comunicación email. Acceso directo a biblioteca específica con más de 1300 volúmenes en las dependencias del propio departamento. Centro de Documentación Europea. Biblioteca de la Facultad (revistas científicas)

j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
2	El Estado y el ordenamiento jurídico. SEMANAS 1 A 5.



Bloque 2: “Las personas. Capacidad jurídica y capacidad de obrar. La personalidad jurídica”

Carga de trabajo en créditos ECTS: 1

a. Contextualización y justificación

Aunque el ordenamiento jurídico contemple distintas situaciones y realidades, sólo los sujetos pueden ser titulares de derechos y obligaciones. Es necesario aquí conocer e identificar los distintos sujetos (personas físicas y jurídicas) que puedan asumir esa titularidad, así como sus condicionantes, requisitos y limitaciones

b. Objetivos de aprendizaje

- Conocer y comprender cómo los distintos estados civiles de las personas físicas inciden e influyen en la realización de las actividades económico-empresariales.
- Identificar los distintos tipos de personas jurídicas reconocidas en el Derecho español y su actuación en el mercado.
- Definir el marco jurídico en el que se desarrolla la actividad económica y empresarial

c. Contenidos

LOS SUJETOS DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

1. Las personas: capacidad jurídica y capacidad de obrar.
2. Persona física: mayoría y minoría de edad. La emancipación.
3. La incapacidad.
4. Los regímenes económicos del matrimonio
5. La persona jurídica. Concepto y clases.

d. Métodos docentes

1. Lección magistral
2. Estudio del caso

e. Plan de trabajo

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.

f. Evaluación

- Registros de observación sistemática de actividad



- Resolución de problemas y entregas de casos prácticos
- Prueba escrita final

g. Bibliografía básica

- CURSO DE DERECHO CIVIL PATRIMONIAL: INTRODUCCIÓN AL DERECHO. Lasarte Álvarez, C. Tecnos, Madrid, última edición.
- CUESTIONES RELEVANTES DE DERECHO CIVIL, Serrano Chamorro, E., Civitas, última edición.
- NOCIONES DE DERECHO CIVIL PATRIMONIAL E INTRODUCCIÓN AL DERECHO. Lacruz Berdejo, JL. Edición revisada y puesta al día por Delgado Echeverría, J y Parra Lucán, MA. Dykinson, Madrid, 2008.

h. Bibliografía complementaria

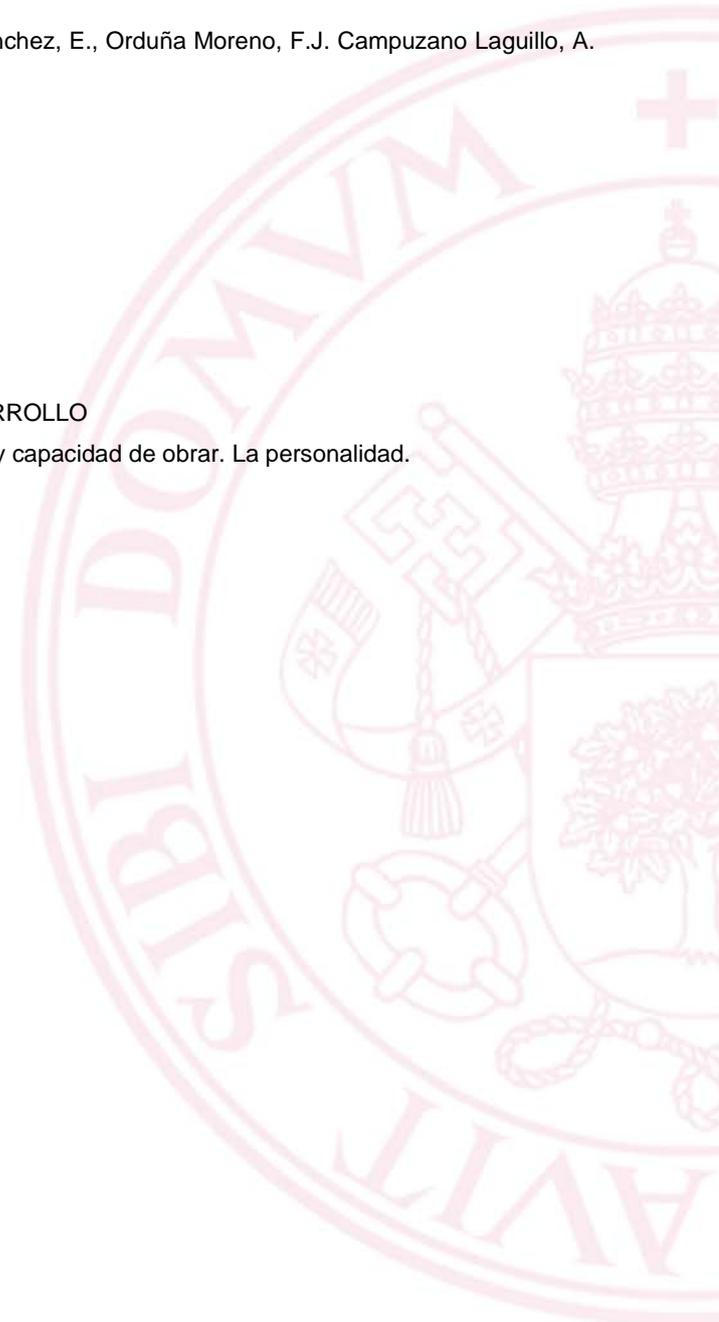
- CURSO DE DERECHO PRIVADO. Dir. Beltrán Sánchez, E., Orduña Moreno, F.J. Campuzano Laguillo, A. B., Tirant lo Blanch, Valencia, 2011.

i. Recursos necesarios

Posibilidad de plataforma virtual (Moodle)

j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1	Las personas capacidad jurídica y capacidad de obrar. La personalidad. SEMANAS 6 a 8.





Bloque 3: “Principios generales del Derecho de Obligaciones y Contratos”

Carga de trabajo en créditos ECTS: 2

a. Contextualización y justificación

La actuación de los operadores económicos en el mercado se desarrolla, fundamentalmente, a través de técnicas contractuales. La mayor parte de la actividad, particularmente de los empresarios, está presidida por el contrato. Es necesario aquí comprender el régimen jurídico que gobierna la actuación contractual.

b. Objetivos de aprendizaje

- Conocer la teoría de la relación jurídica obligatoria y comprender su aplicación, en particular, a las relaciones contractuales.
- Identificar los instrumentos básicos contractuales del Derecho privado en las actuaciones de los empresarios en el mercado.
- Identificar los conflictos de intereses que se originan en el ejercicio de la actividad empresarial

c. Contenidos

A) PRINCIPIOS GENERALES DE DERECHO DE OBLIGACIONES

1. La obligación: concepto.
2. Elementos de la obligación: Sujetos. Objeto: la prestación y sus categorías. Contenido.
3. Las fuentes de las obligaciones.
4. Clases de obligaciones.
5. El cumplimiento de las obligaciones.
6. El incumplimiento de las obligaciones.

B) PRINCIPIOS GENERALES DE LOS CONTRATOS

1. El contrato. Concepto.
2. Los requisitos del contrato: consentimiento, objeto, causa y forma.
3. La formación del contrato.
4. Los efectos del contrato.
5. Ineficacia del contrato

d. Métodos docentes

1. Lección magistral
2. Estudio del caso
3. Resolución de problemas



e. Plan de trabajo

Clase magistral sobre contenidos teóricos. Tutoría individual y/o grupal. Resolución de supuestos prácticos (contratos). Entregas de trabajos individuales y/o de grupo. Recomendación de lecturas específicas relacionadas con la materia. Realización de dos seminarios que permitan abordar con mayor detalle y de forma cooperativa alguno de los temas propuestos

f. Evaluación

- Registros de observación sistemática de actividad
- Resolución de problemas y entregas de casos prácticos
- Entregas de trabajos individuales y de grupo
- Prueba escrita final

g. Bibliografía básica

- CURSO DE DERECHO CIVIL PATRIMONIAL: INTRODUCCIÓN AL DERECHO. Lasarte Álvarez, C. Tecnos, Madrid, última edición.
- CUESTIONES RELEVANTES DE DERECHO CIVIL, Serrano Chamorro, E., Civitas, última edición.
- NOCIONES DE DERECHO CIVIL PATRIMONIAL E INTRODUCCIÓN AL DERECHO. Lacruz Berdejo, JL. Edición revisada y puesta al día por Delgado Echeverría, J y Parra Lucán, MA. Dykinson, Madrid, 2008.

h. Bibliografía complementaria

- CURSO DE DERECHO PRIVADO. Dir. Beltrán Sánchez, E., Orduña Moreno, F.J. Campuzano Laguillo, A. B., Tirant lo Blanch, Valencia, 2011.

i. Recursos necesarios

Posibilidad de plataforma virtual (Moodle)

j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
2	Principios generales del Derecho de Obligaciones y Contratos. Semanas 9 a 13.



Bloque 4: “Mercado: empresa, empresario y consumo. Estatuto jurídico del empresario”

Carga de trabajo en créditos ECTS: 2

a. Contextualización y justificación

Resulta imprescindible para los estudiantes del grado de Marketing e Investigación de Mercados conocer el marco jurídico en el que se desenvuelven los operadores económicos que actúan en el mercado.

b. Objetivos de aprendizaje

- Interpretar la normativa mercantil aplicándola a la realidad económica y de la empresa
- Reconocer las distintas formas jurídicas de organización de la empresa
- Conocer las normas básicas que integran el Estatuto jurídico del empresario y de la empresa

c. Contenidos

A) MERCADO: EMPRESA, EMPRESARIO Y CONSUMO

1. El Mercado y sus operadores.
2. Concepto jurídico de empresa y empresario. Clases.
3. La protección de los consumidores

B) ESTATUTO JURÍDICO DEL EMPRESARIO.

1. La regulación de la actividad empresarial: Fuentes del Derecho Mercantil
2. Introducción al estatuto jurídico del empresario.

d. Métodos docentes

1. Lección magistral
2. Estudio del caso
3. Resolución de problemas
4. Aprendizaje cooperativo

d. Plan de trabajo

Clase magistral sobre contenidos teóricos. Tutoría individual y/ o grupal. Resolución de supuestos prácticos. Entregas de trabajos individuales y/o de grupo. 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.



e. Evaluación

- Registros de observación sistemática de actividad
- Resolución de problemas y entregas de casos prácticos
- Prueba escrita final

f. Bibliografía básica

- APUNTES DE DERECHO MERCANTIL. Bercovitz Rodríguez-Cano, A., Ed. Aranzadi, última edición.
- INTRODUCCIÓN AL DERECHO MERCANTIL, Alcover Garau, G., Ed. Dilex, 2008.

h. Bibliografía complementaria

Artículos doctrinales de actualidad en revistas científicas como:

Revista de Derecho Mercantil

Revista de Derecho de Sociedades

Derecho de los Negocios

j. Recursos necesarios

Posibilidad de plataforma virtual (Moodle)

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1	Mercado: empresa, empresario y consumo. Estatuto jurídico del empresario Semanas 14 y 15.

5. Métodos docentes y principios metodológicos

Los previamente referidos en apartados anteriores.



6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	36	Estudio y trabajo autónomo individual	60
Clases prácticas	20	Estudio y trabajo autónomo grupal	30
Laboratorios	4		
Total presencial	60	Total no presencial	90

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Registros de observación sistemática de actividad	10%	Aplicación a lo largo de todo el curso.
Análisis de casos	15%	Entrega y valoración de casos prácticos
Trabajos individuales y trabajos en grupo.	15%	Entrega y valoración de trabajos individuales y en grupo
Examen final: prueba de desarrollo escrito. Es imprescindible superar al menos el 50% de esta prueba para poder calificar el resto de las actividades	60%	Prueba y valoración sobre aspectos teóricos del programa y resolución de casos

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:** se tendrán en consideración los instrumentos, procedimientos y observaciones referidas en el cuadro previo.
- **Convocatoria extraordinaria:** se mantendrá la calificación obtenida en la evaluación continuada.

8. Consideraciones finales