



Proyecto/Guía docente de la asignatura

MODALIDAD: PRESENCIALIDAD SEGURA: Aula presencial más aula espejo simultánea en caso de que el número de alumnos supere el de la disponibilidad. En caso contrario, docencia 100% presencial.

Asignatura	RÉGIMEN JURÍDICO DEL MERCADO I		
Materia	MARCO JURÍDICO		
Módulo			
Titulación	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		
Plan	467	Código	45604
Periodo de impartición	1 CUATRIMESTRE	Tipo/Carácter	FORMACIÓN BÁSICA
Nivel/Ciclo	GRADO	Curso	2º
Créditos ECTS	3 ECTS		
Lengua en que se imparte	CASTELLANO		
Profesor/es responsable/s	Iñigo SANZ RUBIALES		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	inigo.sanz@uva.es		
Horario de tutorías	Consúltense en la página web de la Uva Solicita tu tutoría mediante email		
Departamento	DERECHO PÚBLICO - ÁREA DERECHO ADMINISTRATIVO		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura de *Régimen jurídico del mercado I* se enmarca dentro de la formación jurídica básica para los egresados en Marketing e Investigación de Mercados. El objetivo principal de las asignaturas que integran el marco jurídico es familiarizar al alumno con la regulación jurídica, lo cual le permitirá en su actividad profesional abordar con mayores garantías el imprescindible manejo, siempre con sentido crítico, de la información jurídica. Se trata de adquirir, manejar y valorar los elementos jurídicos básicos del marco legal aplicable a las empresas y a los empresarios, 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.

Se pretende ofrecer al alumno unos conocimientos jurídicos que le ayuden a comprender la intervención y la regulación jurídica del sector de la distribución comercial.

Se estudia el marco jurídico-público de las actividades comerciales. Se examina la normativa relativa a los horarios comerciales, las promociones de ventas y las ventas especiales. Se detallan también los instrumentos de los que dispone el urbanismo comercial para solucionar los problemas urbanísticos, medioambientales y socio-económicos que plantea la ordenación espacial del comercio. De esta manera, se estudian los planes territoriales y urbanísticos y las actuaciones específicas en la trama urbana, los planes comerciales en sentido estricto y las licencias o autorizaciones administrativas.

Por otra parte, se examinan los aspectos legales de un Plan de Empresa. Hacer realidad un proyecto empresarial exige una serie de actividades previas y requisitos administrativos que se presentan al futuro empresario como una tarea compleja. Se pretende clarificar los trámites necesarios para poner en marcha un negocio en el sector comercial.

Se analizan, además, algunas estrategias de revitalización urbana vinculadas al asociacionismo comercial como los “centros comerciales abiertos”, en las que una vez más se ponen de manifiesto las estrechas relaciones entre comercio y ciudad. Aunque el comercio, por sí mismo, no puede revitalizar la ciudad, juega un papel crucial en la recuperación urbana, por el efecto de arrastre que puede representar sobre otras actividades y por su importancia como elemento dinamizador de la vida ciudadana.

Todo ello tendrá como objetivo 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 una estrecha relación con las asignaturas del Plan de estudios de MIM: *Introducción al Derecho*, impartida en el 1º cuatrimestre del 1º curso y *Régimen jurídico del mercado II*, impartida en el 2º cuatrimestre del 2º curso.

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 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.

2.2 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).



3. Objetivos

El objetivo general de la asignatura es desarrollar competencias para que los estudiantes del grado de MIM conozcan el marco jurídico en el que se desenvuelven los operadores económicos que actúan en el mercado. Por otra parte, resulta imprescindible que se familiaricen con el ejercicio de la toma de decisiones y la gestión de las actividades comerciales. Para esta función, la asignatura capacita en el conocimiento de la dinámica urbana y de las normativas que condicionan la distribución de actividades comerciales.

Este objetivo global se estructura en los objetivos generales siguientes, que pretenden capacitar al alumnado para:

1. Obtener una formación jurídica básica y general.
2. Interpretar la normativa jurídico-pública, aplicándola a la realidad económica y de la empresa.
3. Conocer las normas básicas que integran la regulación de las actividades comerciales.
4. Gestionar los procedimientos legalmente establecidos para poder desarrollar una actividad comercial en una ubicación concreta.
5. Localizar la distribución de actividades y para poder determinar nichos de mercado o posible distribución de actividades de promoción y publicidad.
6. Entender las actuales tendencias en materia de comportamiento del consumidor y de desarrollo de los formatos comerciales en relación con sus implicaciones con la planificación urbanística y territorial.
7. Evaluar críticamente las fortalezas y debilidades del modelo de urbanismo comercial vigente en nuestro país.

4. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES Modalidad PRESENCIALIDAD SEGURA. (Menos de 40 alumnos)	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
		Total Presencial +no Presencial	75



5. Bloques temáticos

Bloque 1 RÉGIMEN JURÍDICO DEL COMERCIO INTERIOR

Carga de trabajo en créditos ECTS:

3

a. Contextualización y justificación

El comercio es un sector de la actividad económica de extraordinaria importancia que se encuentra regulado en nuestro país por la Ley de Ordenación del Comercio Minorista y las diecisiete leyes autonómicas de comercio. Estas leyes establecen el régimen general y común aplicable a la distribución comercial, ocupándose, entre otras cuestiones, de las condiciones de implantación de los establecimientos comerciales, de los horarios comerciales, las ventas promocionales (rebajas, saldos, ventas con obsequio...) o de las ventas especiales (a distancias, automáticas, ambulantes...). El derecho de la Unión Europea condiciona también la regulación del comercio interior, imponiendo límites a los legisladores nacionales u obligándoles a adoptar ciertas regulaciones.

El urbanismo comercial engloba un conjunto de técnicas de intervención de la Administración, con las que se pretende la ordenación espacial del comercio, la localización o la distribución territorial de los equipamientos comerciales. Se trata de integrar las estructuras comerciales y las estructuras urbanas, teniendo en cuenta las necesidades de los ciudadanos-consumidores.

b. Objetivos 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.

c. Contenidos

Los contenidos de los distintos temas se adaptarán, en su caso, a la circunstancia excepcional de la Modalidad BIMODAL (videoconferencias y actividad presencial con distanciamiento interpersonal), pudiendo experimentar algunas reducciones que no disminuirán el logro de la adquisición de las competencias fundamentales.

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 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 (e-commerce), venta automática, venta en pública subasta y ventas ambulantes.
3. Las franquicias.

Tema 3. 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 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. 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).

d. Métodos docentes

1. Lección magistral.
2. Estudio del caso: Casos y lecturas recomendadas y entrega de tareas a través del Campus Virtual UVA (Moodle).
3. Aprendizaje cooperativo, en el caso de Modalidad Presencialidad Segura.

e. Plan de trabajo

Clase magistral sobre contenidos teóricos.

Aprendizaje cooperativo: Se pueden proponer trabajos para realizar en grupo para profundizar en determinados temas de la asignatura propuestos por el profesor.

Tutorías: Individuales o grupales, siempre con seguridad en los horarios indicados, así como en otros previa comunicación vía mail.

Aprendizaje autónomo: estudio del temario de la asignatura, lectura de textos obligatorios de cada tema, consulta de materiales colgados en la plataforma virtual de la universidad, preparación de las presentaciones



que haya de realizar cada alumno, resolución de prácticas y tareas propuestas por el profesor a través del campus virtual.

f. Material docente

f.1. Bibliografía básica

VV.AA. (2012): *Derecho de la regulación económica*. Vol. IX (Comercio interior), tomo I, dir. M. Rebollo Puig, editorial Iustel, Madrid.

VV.AA. (2012): *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía*, núm. 868, sept-oct. (monográfico sobre "Liberalización del mercado interior").

f.2. Bibliografía complementaria

COMISIÓN EUROPEA (2010): Informe «*Hacia un mercado interior del comercio y de la distribución más justo y eficaz en la perspectiva de 2020*», COM (2010) 355 final. Bruselas, 5.7.2010.

LÓPEZ PÉREZ, F. (2009): *El impacto de la Directiva de Servicios sobre el urbanismo comercial*, Atelier, Barcelona.

NOGUERA DE LA MUELA, B. (2011): "El impacto de la Directiva de Servicios sobre el comercio: En especial, el caso de Cataluña", *Revista de Administración Pública*, núm. 184, enero-abril, pp. 237-271.

VILLAREJO GALENDE, H. (2012): "Licencias comerciales: Su persistencia tras la Directiva de Servicios, *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, núm. 868, pp. 91-112.

http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_868_91-112_EC2DB80213FB5B32FDBF70FBE5D1F720.pdf

VILLAREJO GALENDE, H. (2014): "Colaboración público-privada para la revitalización de espacios urbanos: la introducción de los Business Improvement Districts en el ordenamiento jurídico español", *Revista de Gestión Pública: Centro de Estudios en Gestión y Política Pública*, Santiago de Chile. Volumen III, Número 2, Julio-Diciembre, pp. 235-277. http://www.revistadegestionpublica.cl/Vol_III_No_2/Villarejo.pdf

f.3 Otros recursos telemáticos (Píldoras, Blogs, videos, revistas digitales...)

Se proporcionarán a través del campus virtual.

g. Recursos necesarios

Plataforma virtual (Moodle)

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

Aula convencional

Biblioteca de la Facultad.

- Para el seguimiento de esta asignatura, especialmente en modalidad bimodal, resulta imprescindible disponer de acceso al campus virtual, cuenta de correo electrónico oficial de la UVa. Determinadas prácticas podrán realizarse mediante el campus.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. CONVOCATORIA ORDINARIA

En la convocatoria ordinaria, hay dos sistemas de evaluación, entre los que cada alumno deberá optar:

a) Evaluación continua: Periódicamente el profesor propondrá la realización de un trabajo, que se presentará por escrito y/o se expondrá públicamente en clase, en las fechas anunciadas con antelación. 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 (véase tabla-resumen).

Los trabajos serán desarrollados individualmente o en grupo, de acuerdo con las indicaciones del profesor. 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.

b) Examen: Aquellos alumnos que no opten por el sistema de evaluación continua, deberán realizar en la convocatoria ordinaria 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.

2. CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Aquellos alumnos que no superen la asignatura en la convocatoria ordinaria, realizarán en la convocatoria extraordinaria (enero/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.

7. Tabla resumen del sistema de calificaciones

CONVOCATORIA ORDINARIA (evaluación continua)		
INSTRUMENTO/ PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Actividad 1: actividad sobre el régimen jurídico general	20%	Entrega: MOODLE en fecha indicada
Actividad 2: actividad sobre las prácticas y horarios comerciales	30%	Entrega: MOODLE en fecha indicada
Actividad 3: actividad sobre la gestión centros comerciales urbanos	20%	Entrega: MOODLE en fecha indicada
Actividad 4: Ensayo académico y exposición oral (*)	30%	Entrega: MOODLE en fecha indicada (* Las exposiciones orales se realizarán en la última semana de clase
Es imprescindible presentar correctamente al menos el 80% de los trabajos para poder superar la asignatura mediante el sistema de evaluación continua.		



CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA		
INSTRUMENTO/ PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Examen final	100%	Tema de desarrollo

8. NORMAS DE PRESENTACIÓN DE LOS TRABAJOS ESCRITOS

1. Los trabajos habrán de ser **originales** y apoyados en la bibliografía que se facilita en el Campus Virtual. No se admitirán, de ninguna manera, trabajos copiados total o parcialmente de alguna o algunas fuentes, sean libros, artículos o webs. Copiar un trabajo es algo ilegal y carente de toda ética. Si se detecta un fraude de este tipo, la calificación será automáticamente de **cero** para el autor del trabajo. En el caso de trabajos en grupo, la calificación será de cero para todos los miembros del grupo.

Se recuerda a los alumnos las previsiones respecto al plagio que contiene el **Reglamento de Ordenación Académica de la Universidad de Valladolid (art. 44)**:

1. La presentación de un trabajo u obra hecho por otra persona como propio será catalogado como plagio y, por tanto, sancionado, en su caso, de acuerdo con el procedimiento disciplinario que corresponda, y sin perjuicio de la calificación de Suspenso 0,0.

2. También será considerado plagio toda actuación académica por parte del estudiante que quede enmarcada en alguno de los dos comportamientos siguientes:

a) Utilizar literalmente párrafos o frases ajenos sin citar al autor de los mismos de manera explícita.

b) Parafrasear a uno o más autores sin citarlos combinando sus aportaciones para presentarlas como propuesta original.

2. **Formato del texto:** El texto se presentará con letra Arial tamaño 12 en interlineado 1,5 y justificado, en formato PDF. Con márgenes simétricos de 2,5 cm.

Las notas a pie de página con letra Arial tamaño 10 en interlineado sencillo y justificado. Se utilizarán para realizar explicaciones adicionales al texto.

3. **Extensión:** Trabajos individuales (5-10 págs.). Trabajos en grupo (10-15 págs.).

4. Las **referencias bibliográficas** se realizarán siguiendo el sistema de citación HARVARD. **Se incluirán en el texto** con un paréntesis indicando el apellido del autor seguido del año de publicación y página en el caso de citas entrecomilladas. Ej.: (Sampedro, 1972: 32-33).

Citas dentro del texto no literales-textuales

- Las referencias no literales (es decir, citando las ideas del autor pero con las propias palabras) a artículos o libros figurarán en el texto entre paréntesis, indicando el apellido del autor y el año, separados por una coma (Martínez, 1998).
- En el caso de que en una misma referencia se incluyan varios libros o artículos, se citarán uno a continuación del otro por orden cronológico y separados por un punto y coma (Cirigliano, 1975; Sarramona, 1983; Marín, 1995).
- Si en la referencia se incluyen varios trabajos de un mismo autor, bastará poner el apellido y los años de los diferentes trabajos separados por comas, distinguiendo por letras (a, b, etc.) aquellos trabajos que haya publicado en el mismo año (Casas, 1985, 1986, 1987a, 1987b, 1995).
- Si el nombre del autor forma parte del texto, entre paréntesis sólo irá el año: Holmber (1985) afirmó que...

Citas textuales



- Las citas textuales irán entrecomilladas y, a continuación y entre paréntesis, se indicará el apellido del autor del texto, el año y la página o páginas de la/s que se ha extraído dicho texto. Ejemplo: "por educación a distancia entendemos (...) contacto ocasional con otros estudiantes" (Rowntree, 1986:16).
- Si el nombre del autor forma parte del texto, sería así: Como Keegan (1986: 102) señalaba "la educación contemporánea..."

Algunas variantes en la redacción de la clave autor-fecha	
Forma estándar para referirse a las ideas de otro autor/documento: apellido del autor y fecha del documento entre paréntesis:	Algunos autores han mostrado la resistencia de las universidades al cambio social en la historia (Sorensen 2003). Otros sin embargo matizan...
Si el nombre del autor forma parte de tu texto pon entre paréntesis sólo el año:	Por el contrario, Lexner (2005) sostiene que las instituciones de enseñanza superior se han transformado...
Si incluyes un fragmento de texto literal tienes que añadir la página o localización exacta:	"Las universidades han cambiado al ritmo de los tiempos" concluye Sánchez Gil (1999, p. 140) al final de su estudio.
Si el documento citado tiene dos o tres autores, forma la clave con sus apellidos e "y":	En los últimos años ha prevalecido la crítica del determinismo tecnológico (Lexner, Kichner y Johnson 2009).
Si el documento citado tiene más de tres autores, forma la clave con el primero y la abreviatura latina "et al." (et alii, y otros):	La tesis es en este caso que "La educación superior mantiene una relación crítica con su entorno que se expresa en tensiones múltiples" (González et al. 2006, p. 254).
Si citas más de un documento a la vez, puedes incluirlos todos en el mismo paréntesis:	En la primera década del siglo este tema ha suscitado mucho interés (Sorensen 2003; Lexner 2005; González et al. 2006).
Si citas más de un documento del mismo autor basta que repitas las fechas:	Semejante idea ha sido corroborada con contundencia desde la sociología de la educación (Tapia 1997; 2004; 2006).
Si citas documentos cuyos autores tienen apellidos iguales y que son de la misma fecha, distínguelos por la inicial del nombre:	Aunque se ha cuestionado la capacidad de cambio de la universidad (Smith, K. 1998), también hay quien ha subrayado su impetu renovador (Smith, B. 1998).
Si citas documentos de un mismo autor publicados el mismo año distínguelos con una letra añadida a la fecha:	Quien defiende con mayor solvencia el papel activo de la universidad como generadora de innovación es sin duda Lexner (2005a, 2005b).
Si citas documentos sin responsable personal la clave puede ser una entidad o el título:	<ul style="list-style-type: none"> • (Banco de España 2010). • (Environment Encyclopedia and Directory 2010).

Fuente: MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, L.J. (2016): [Cómo buscar y usar información científica: Guía para estudiantes universitarios](#), Universidad de Cantabria, Santander.

4. Al final del trabajo se incluirá una relación con todas las **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS COMPLETAS**, siguiendo el **orden alfabético** por el apellido del primer autor (o editor), de acuerdo con el formato establecido en los siguientes ejemplos:

Libro:

APELLIDO, Inicial. (año): *Título del libro en cursiva*, editorial, lugar de publicación.

MORALES, A.C., MONZÓN, J. L. y CHAVES, R. (eds.) (2003): *Análisis económico de la empresa autogestionada*, CIRIEC-España editorial, Valencia.

SAMPEDRO, J. L. (1972): *Conciencia de subdesarrollo*, Salvat, Barcelona.

Varias obras del mismo autor:

BRUNER, J. (1961): *El proceso de la educación*. México: Uteha.

– (1985): *En busca de la mente*, Fondo de Cultura Económica, México.

– (1988): *Desarrollo cognitivo y educación*, Morata, Madrid.

Si el año de publicación es el mismo, se diferenciarán escribiendo una letra (a, b, etc.) después del año.

Capítulo de libro:

APELLIDO, Inicial. (año): "Título del capítulo entre comillas", *Título del libro en cursiva*, editorial, lugar de publicación, pág. inicial y final.

BORRAJO INIESTA, I. (1986): "Las libertades de establecimiento y de servicios en el Tratado de Roma", en García de Enterría, E., González Campos, J.D. y Muñoz Machado, S. (dir.), *Tratado de Derecho Comunitario Europeo. Estudio sistemático desde el Derecho español*, (vol. II), Civitas, Madrid, pp. 149-260.



TEROL ESTEBAN, A. (1997): "El nuevo modelo de financiación autonómica: una aproximación desde el punto de vista del empresario-contribuyente", en *XX Aniversario del Círculo de Empresarios, 20 temas para el futuro*, Círculo de Empresarios, Madrid, pp. 85-92.

Artículos de revistas:

APELLIDO, Inicial. (año): "Título del artículo entre comillas", *Título de la revista en cursiva*, nº/vol./mes, pág. inicial y final.

MONZÓN, J. L. (2006): "Economía Social y conceptos afines: fronteras borrosas y ambigüedades conceptuales del Tercer Sector", CIRIEC-España, *Revista de economía pública, social y cooperativa*, nº 56, pp. 9-24.

ALVAREZ, B.; BALLINA, F.J. y VÁZQUEZ, R. (2000): "La reacción del consumidor ante las promociones", *MK Marketing + Ventas*, nº 143, pp. 33-37.

Artículo periodístico:

AUTOR (si se conoce y no es un artículo de la redacción de periódico), "Título del artículo entre comillas", *Título del periódico en cursiva*, fecha de publicación, URL si se ha consultado en la web, [fecha de consulta entre corchetes].

KRUGMAN, P., "¿Se ha terminado el crecimiento?", *El País*, 30/12/2012 [en línea], en http://economia.elpais.com/economia/2012/12/28/actualidad/1356721288_187192.html [consulta: 03/01/2013].

SAGARDOY, J.A., "Políticos y contables", *ABC*, 07/12/2012.

"Dimiten 320 jefes de ambulatorios de Madrid por la privatización", *El País*, 08/01/2013 [en línea], en http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/01/08/madrid/1357638616_094477.html [consulta: 09/01/2013].

"El Banco de España plantea endurecer los controles a la banca", *El Mundo*, 09/01/2013 [en línea], en <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/01/08/economia/1357679316.html>[consulta: 09/01/2013].

Contribuciones a Congresos:

APELLIDO, Inicial. (año): "Título de la comunicación/ponencia entre comillas", En: *Título del Congreso/Jornadas en cursiva*, Fecha de celebración, Organizador, Lugar de celebración.

MUÑOZ LÓPEZ, C. (2010): "¿De qué está hecho el universo?, de las partículas elementales a la materia oscura". En: *XIII Ciclo de conferencias sobre humanidades, ingeniería y arquitectura*, 13 de noviembre de 2010, Fundación General de la UPM, Madrid.

Fuentes electrónicas:

El patrón básico para una referencia electrónica es:

AUTOR, inicial(es) de su nombre (año). *Título*, dirección en Internet (URL), fecha de consulta.

BANCO DE ESPAÑA (2011): *Historia de un banco central* [en línea], en http://www.bde.es/webbde/es/secciones/informes/Folletos/Historia_de_un_B/ [consulta: 10 octubre 2012].

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA (2008): *La Directiva de servicios como oportunidad de reforma del sector* [en línea], en <http://www.meh.es/Documentacion/Publico/SGPEDC/Libro%20blanco%20para%20la%20reforma%20del%20sector%20servicios.pdf> [consulta: 1 noviembre 2011].

Entradas de Blogs

No es frecuente utilizarlas en publicaciones académicas, no obstante, caso de hacerlo, debe seguirse el principio de citar las fuentes. Una regla podrá ser:

APELLIDOS, Inicial. (fecha): "Título de la entrada del blog", En Blog: *Título del blog*, fecha de la entrada, URL, fecha de consulta.



VILLAREJO GALENDE, H. (2008): "Centros comerciales abiertos". En: Blog *Helena Villarejo_Régimen jurídico del mercado*, 3 noviembre 2008, <http://rjmvillarejo.blogspot.com/search/label/business%20improvement%20districts%20%28BIDs%29> [consulta: 1 noviembre 2012].

9. RECOMENDACIONES PARA LA EXPOSICIÓN ORAL DE LOS TRABAJOS

- Objetivo de las exposiciones: **Hacer partícipes a vuestros compañeros** de las claves y cuestiones más interesantes del trabajo realizado.
- Realizad **exposiciones sencillas y claras** con una predominante **finalidad pedagógica**: que todos aprendamos.
- **No leáis** (eso no es exponer, sino leer en voz alta). Tampoco baséis la exposición en textos aprendidos de memoria (eso no es exponer, sino recitar). Procurad siempre no aburrir al auditorio.
- Cada exposición durará como máximo **10 minutos**. Así tendremos tiempo para debatir después de cada exposición.
- Desarrollad el tema de manera **ordenada y sistemática**: 1) Introducción. 2) Desarrollo 3) Conclusiones.
- Es bueno que terminéis con una recapitulación y con la formulación de cuestiones que sirvan como **apertura del debate posterior**.
- En la exposición de los trabajos **se valorará**: 1) la claridad y sistemática de la exposición oral, 2) la capacidad para transmitir y comunicar conocimientos, 3) la utilización de métodos pedagógicos y 4) el dominio y conocimiento de la materia.