



Marco legal aplicado al  
Marketing y la Comunicación /  
The legal framework applied  
to marketing and  
communication

**Grado en Marketing**  
**2022-23**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Marco legal aplicado al marketing y la comunicación / The legal framework applied to marketing and communication

**Titulación:** Grado en Marketing

**Curso Académico:** 2022-23

**Carácter:** Básica

**Idioma:** Castellano / Inglés

**Modalidad:** **Presencial** / a distancia

**Créditos:** 6

**Curso:** 2º

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** Dr. Luis A. García Segura

## 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### 1.1. Competencias

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad en cada área específica de conocimiento.
- Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de Idioma moderno y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.
- Capacidad para la evaluación de riesgos, toma de decisiones y planificación de estrategias.
- Capacidad de organización y planificación eficaz del tiempo.
- Demostrar una capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Capacidad para utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Organizar y analizar datos comerciales, financieros y estadísticos y extraer conclusiones.

- Capacidad de iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar habilidades de aprendizaje que permitan emprender acciones con un alto grado de autonomía.
- Demostrar la capacidad de liderar y gestionar eficazmente proyectos, asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
- Adquirir un compromiso ético en el trabajo.
- Conocer y comprender los fundamentos específicos del ordenamiento jurídico, del marco regulatorio y de la ética profesional en el ámbito del marketing y la comunicación.

## **1.2. Resultados de aprendizaje**

El estudiante al finalizar esta materia deberá conocer y aplicar el marco jurídico, las normas de regulación del sector y los principios de la ética profesional propugnados por las principales asociaciones, instituciones y organismos relacionados con la marca y el consumidor.

## **CONTENIDOS**

### **2.1. Requisitos previos**

Ninguno.

### **2.2. Descripción de los contenidos**

Conocimiento del marco jurídico, las normas de regulación del sector y los principios de la ética profesional propugnados por las principales asociaciones, instituciones y organismos. Revisión de la legalidad, normativa y relaciones de la marca con el consumidor, el marco jurídico y la normativa aplicable a la presencia de las marcas en Internet o, entre otras, la Ley de Protección de Datos y las leyes de propiedad intelectual.

Knowledge of the legal framework, the rules for regulating the sector and the principles of professional ethics proposed by the main associations, institutions and organisms. A review of the legality, legislation and relationships of the brand with the consumer, the legal framework and the legislation applicable to the presence of the brands on the Internet and, among others, the Law on the Protection of Data and the Intellectual Property Laws.

### 2.3. Contenido detallado

La asignatura se impartirá a través de los siguientes módulos:

#### **MÓDULO I: INTRODUCCIÓN AL DERECHO**

1. Norma jurídica
2. Ordenamiento jurídico
3. Derechos Humanos

#### **MÓDULO II: REGULACIÓN DEL SECTOR**

1. Propiedad intelectual e industrial
2. Marcas
3. Los contratos publicitarios
4. Publicidad ilícita
5. Consumidores
6. Normativa de protección de datos personales

#### **MÓDULO III: ÉTICA PROFESIONAL**

1. Fundamentación
2. Asociaciones, Instituciones y Organismos
3. Códigos y estándares

### 2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se desarrollará un trabajo de profundización y síntesis a partir de búsqueda en las fuentes bibliográficas relacionadas con el ámbito del Derecho en relación con el marketing.

Trabajo individual del alumno. El trabajo personal del estudiante incluye la investigación, el estudio individual y el desarrollo del trabajo práctico.

Queda a criterio del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

## 2.5. Actividades formativas

### Modalidad Presencial

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica (30%)	45	100%
AF2	Trabajo personal del alumno (50%)	75	0%
AF3	Tutorías (10%)	15	50%
AF4	Evaluación (10%)	15	50%

### Modalidad A Distancia

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF5	Estudio, comprensión y evaluación de la materia (40%)	60	0%
AF6	Trabajos, proyectos y prácticas a desarrollar (50%)	75	0%
AF7	Tutorías (10%)	15	0%

## 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

### 3.2. Criterios de evaluación

#### Convocatoria Ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	10%
Examen final o trabajo final presencial	50%

Modalidad: A Distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	50%
Participación en las actividades programadas	20%

#### Convocatoria Extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	60%

Modalidad: A Distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	60%

### 3.3. Restricciones

#### Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

#### Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

#### Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo según el protocolo establecido por la FCA a tal efecto.

### 3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de autoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

## 4. BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía básica

- **Estado de derecho y sociedad democrática.**
- **Autor. Elías Díaz.**
- ISBN: 8430602879
- Editora de Cuadernos para el Diálogo.
- Lugar de edición: Madrid España
- **Introducción al Derecho**
- Autor Principal: Latorre, Ángel
- ISBN: 9788434470637
- Editorial: Editorial Ariel, S.A. Fecha de la edición: 2012
- Lugar de la edición: Barcelona. España Colección: Ariel Derecho
- **Manual de introducción al Derecho Vol.I: con Prácticas y seminarios**
- Autor Principal: Viaña de la Puente, Javier ISBN: 9788415176220
- Editorial: Gomylex, S.L. Fecha de la edición: 2013
- **Introducción al Derecho**
- Autor Principal: Álvarez Caperochipi, José Antonio ISBN: 9788498366167
- Editorial: Editorial Comares Fecha de la edición: 2009
- **Manual de Introducción al Derecho**
- Autor Principal: Villa Gil, Luis Enrique de la ISBN: 9788445420942
- Editorial: Centro de Estudios Financieros (CEF) Fecha de la edición: 2012
- Lugar de la edición: Madrid. España Edición número: 3ª ed.

### Bibliografía complementaria

- **ALMOGUERA CARRERES, Joaquín:** *Lecciones de Teoría del Derecho*, Reus, Madrid, 1.999.
- **CASTÁN TOBEÑAS, José:** *Los derechos del hombre*, Madrid, Reus, 1.994.
- **COTTA, Sergio:** *¿Qué es el Derecho?*, Madrid, Rialp, 2000.
- **CREUZET, Michel:** *Los cuerpos intermedios*, Madrid, Speiro, 1977.
- **DE LUCAS:** *Introducción a la Teoría del Derecho*, Valencia, Tirant lo Blanch, 1.997.
- **DÍEZ PICAZO, Luis:** *Experiencias jurídicas y Teoría del Derecho*, Madrid, Ariel, 1.999.

## 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Luis A. García Segura
Departamento	Derecho
Titulación académica	Doctor en Derecho
Correo electrónico	Lgarcise@nebrija.es
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia	<p>Doctor en Derecho por la Universidad Nebrija, Sobresaliente Cum Laude. Acreditado como Profesor Contratado Doctor y Profesor de Universidad Privada por ANECA. Es experto en derecho de las nuevas tecnologías, privacidad y protección de datos.</p> <p>Su labor investigadora y docente se desarrolla fundamentalmente en el ámbito del derecho de las nuevas tecnologías, protección de datos, ciberseguridad, derechos humanos y gestión de despachos de abogados. Es autor de varias obras, entre las que destaca "Cyberspace: risks and benefits for society (2017)" y "Diseño, creación y administración de un despacho de Abogados (2016)", la cual cuenta con un prólogo de Antonio Garrigues Walker.</p> <p>Ha impartido docencia en los másteres universitarios de acceso a la abogacía y derecho empresarial en la Universidad Nebrija, así como en el máster de propiedad intelectual de la Universidad Internacional de la Rioja (UNIR).</p> <p>En el ámbito universitario, ha ostentado diversos cargos de gestión, como Coordinador académico del grado en derecho online, Director del máster universitario en derecho empresarial y actualmente Director del máster universitario en protección de datos y seguridad, así como Coordinador de la cátedra global Nebrija-Santander en gestión de riesgos y conflictos.</p> <p>Asimismo, también cuenta con experiencia profesional como abogado en su propio despacho y como asesor en materia de protección de datos, obteniendo la certificación de Certified Data Privacy Professional (CDPP) de ISMS Forum en junio 2020.</p>