

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
<b>Nombre completo</b>	Derecho de la Publicidad
<b>Código</b>	E000005097
<b>Título</b>	<a href="#">Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas</a>
<b>Impartido en</b>	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso]
<b>Nivel</b>	Reglada Grado Europeo
<b>Cuatrimestre</b>	Semestral
<b>Créditos</b>	6,0 ECTS
<b>Carácter</b>	Obligatoria (Grado)
<b>Departamento / Área</b>	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
<b>Responsable</b>	Dra. Cristina Puig Alorda
<b>Horario</b>	Consultar web del CESAG
<b>Horario de tutorías</b>	Solicitar cita previa
<b>Descriptor</b>	Derecho de la Publicidad: Estudio del derecho desde el punto de vista de la publicidad: análisis del concepto y análisis jurídico, sujetos y objeto publicitario, disciplinas jurídicas y deontológicas, responsabilidad civil, responsabilidad penal, responsabilidad administrativa, publicidad ilícita, publicidad subliminal, publicidad engañosa, prácticas desleales, prácticas agresivas, autorregulación y autocontrol

Datos del profesorado	
<b>Profesor</b>	
<b>Nombre</b>	Cristina Puig Alorda
<b>Departamento / Área</b>	Departamento de Ciencias de la Comunicación
<b>Despacho</b>	Despacho 6
<b>Correo electrónico</b>	cpalorda@cesag.comillas.edu

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>
La presente asignatura pretende que el alumno conozca las directrices jurídicas básicas desde las que comprender las actuaciones jurídicamente relevantes en cualquier vertiente profesional de la publicidad.
<b>Prerrequisitos</b>
Básicos de Introducción al Derecho.

Competencias - Objetivos
--------------------------

## Competencias

### GENERALES

<b>CG14</b>	Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.
-------------	--

### TRANSVERSALES

<b>CT04</b>	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
<b>CT05</b>	Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.

### ESPECÍFICAS

<b>CE05</b>	Conocer e interpretar el entorno empresarial e institucional y adaptarse a los objetivos organizacionales, sin perder la autonomía, identidad y valores, haciéndolos compatibles y sinérgicos con los propios.
-------------	--

## Resultados de Aprendizaje

<b>RA3</b>	Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz.
<b>RA4</b>	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente.

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

Tema 1. Publicidad y Derecho. Los sujetos de la publicidad.

Tema 2. El sistema de la economía de mercado y la publicidad.

Tema 3. Fuentes del Derecho de la Publicidad.

Tema 4. Publicidad ilícita.

Tema 5. Publicidad desleal.

Tema 6. Represión de la publicidad ilícita. Autocontrol. El delito publicitario.

Tema 7. Propiedad intelectual y publicidad. Contratos publicitarios.

**Bloque I: Publicidad y Derecho. Los sujetos de la publicidad**

**Bloque II: El sistema de economía de mercado y la publicidad**

**Bloque III: Fuentes del Derecho de la Publicidad**

**Bloque IV: Publicidad Ilícita**

**Bloque V: Publicidad desleal**

**Bloque VI: Represión de la publicidad ilícita. Autocontrol. El delito publicitario**

**Bloque VII: Propiedad intelectual y publicidad. Contratos publicitarios**

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Las actividades que componen la asignatura se dirigen a la obtención, por parte del alumno, de las competencias y resultados de aprendizaje marcados.

Modalidades organizativas

Interacción profesor-estudiante (Presencial/on-line):

- Centradas en el profesor (Clases teóricas Clases prácticas 30%)
- Centradas en el estudiante (Seminarios- talleres Exposición de trabajos Actividad evaluativa 10% Trabajo autónomo del estudiante (No presencial) )
- Estudio y trabajo individual. Estudio de teoría Preparación de trabajos Preparación actividad de evaluación 60%
- Estudio y trabajo en grupo Estudio de teoría Preparación de trabajos Preparación actividad de evaluación

### Metodología Presencial: Actividades

Clase magistral	CG14, CT04, CT05, CE05
Planteamiento y resolución de casos prácticos.	
Exposición grupal de actividades encargadas por el profesor.	

### Metodología No presencial: Actividades

Análisis de problemas.	CG14, CT04, CT05, CE05
Estudio de la materia.	
Investigación casos	
Trabajo en grupo	

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
30.00	30.00

**HORAS NO PRESENCIALES**

Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación

90.00

**CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)**

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Pruebas objetivas. Examen final	Prueba escrita a final de semestre. Cada pregunta se valorará independientemente –de cero a diez puntos- y la nota final será el promedio. No puede dejarse en blanco ninguna pregunta. Recuperable.	50
Trabajos y proyectos  Realización en grupo (tres-cuatro personas) de tres trabajos de dificultad creciente  No recuperable	Realización en grupo (tres-cuatro personas) de tres trabajos de dificultad creciente (Los dos primeros a indicación directa del profesor). Exigirán una investigación y análisis sobre un caso real relevante. Cada trabajo se expondrá oralmente. Cada trabajo se valorará específicamente de acuerdo con los siguientes criterios:  1. La claridad de ideas y conceptos así como la capacidad para relacionarlos. 2. El alcance de dichos conocimientos en el análisis de algún aspecto de la realidad. 3. El dominio de la expresión oral y puesta en escena (en el último trabajo). 4. El orden expositivo. 5. La presentación.  El trabajo se puntuará entre 0 y 10 puntos. La suma de los criterios 1, 2 y 3 alcanza el 80% de la nota.  El trabajo se puntuará entre 0 y 10 puntos. El trabajo final puntuará un 80% de la nota de este criterio.	40
Escala de actitudes  No recuperable	Escala de actitudes  Criterios . El profesor evaluará la implicación y la participación activa del alumno. De dicha implicación se dará cuenta en una hoja de autoevaluación.	10

## Calificaciones

Para superar la asignatura, el alumno deberá aprobar cada una de las pruebas evaluativas independientes.

La calificación final de la asignatura consistirá en el resultado del cálculo de la calificación media de los dos gruesos de actividades de evaluación.

Para la prueba de evaluación en convocatoria extraordinaria se realizará una prueba escrita recuperatoria.

La asignatura capacita a los alumnos en sus especialidades teniendo como objetivo también la práctica y perfeccionamiento de la lengua. Se trabajarán tanto los aspectos más avanzados de la morfología y sintaxis, como los de la semántica, adaptando el lenguaje a los diferentes formatos: escrito o audiovisual. Asimismo, en la función comunicativa se atiende especialmente el léxico como base del enriquecimiento de la lengua y su aplicación a los diferentes géneros y textos, y se siguen las normas de la RAE y de los libros de estilo. Se penalizarán las faltas de ortografía cometidas por los estudiantes en las diferentes actividades evaluativas.

Es fundamental que los estudiantes aprendan a expresarse con corrección y fluidez de forma oral o escrita, adaptándose a los diferentes registros, lo que incluye la capacidad de escribir textos claros y bien estructurados, de analizar diferentes tipos de discursos y de redactar exposiciones detalladas de temas complejos.

Al menos el 10% de la nota final se destinará a la valoración de la correcta expresión oral y escrita en las lenguas cooficiales, conocimiento exigido en el título como competencia general y competencia transversal. En este punto se evaluará la ortografía y la gramática.

## PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Realización en grupo (tres-cuatro personas) de trabajo de investigación y análisis sobre un caso real jurídicamente relevante.	Primera quincena de octubre	Segunda quincena de octubre
Realización en grupo (tres-cuatro personas) de trabajo de investigación y análisis sobre un caso real jurídicamente relevante.	Primera quincena de noviembre	Segunda quincena de noviembre
Trabajo final: Realización en grupo (tres-cuatro personas) de trabajo de investigación y análisis sobre un caso real jurídicamente relevante.	A partir de diciembre	En enero

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

LÁZARO SÁNCHEZ, EMILIO J.(COORDINADOR), VVAA. (2012): Derecho de la Publicidad. Thompson Reuters-Civitas.

### Bibliografía Complementaria

DE CARRERAS SERRA, Lluís. Las normas jurídicas de los periodistas – Derecho español de la información-. Editorial UOC. Barcelona, 2008

AZURMENDI, ANA. Derecho de la comunicación. BOSCH. BARCELONA, 2011.

# CESAG



**GUÍA DOCENTE  
2025 - 2026**

Ley de Propiedad Intelectual

Ley General de la Publicidad (y otras normas legales).

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)