

## 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]
<b>Nivel</b>	Reglada Grado Europeo
<b>Cuatrimestre</b>	Semestral
<b>Créditos</b>	6,0 ECTS
<b>Carácter</b>	Obligatoria (Grado)
<b>Responsable</b>	Mónica de la Serna de Pedro
<b>Horario</b>	Miércoles de 8h a 9h y jueves de 8h a 10h
<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>	Mónica De la Serna De Pedro
<b>Departamento / Área</b>	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
<b>Correo electrónico</b>	mdeserna@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>Prerequisitos</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

**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

#### Metodología Presencial: Actividades

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

#### Metodología No presencial: Actividades

<p>Análisis de problemas.</p> <p>Estudio de la materia.</p> <p>Investigación casos</p> <p>Trabajo en grupo</p>	<p>CG14, CT04, CT05, CE05</p>
--	-----------------------------------

### 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	
<b>CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)</b>	

### EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

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
	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	

<p>Trabajos y proyectos</p> <p>Realización en grupo (tres-cuatro personas) de tres trabajos de dificultad creciente</p> <p>No recuperable</p>	<p>real relevante. Cada trabajo se expondrá oralmente. Cada trabajo se valorará específicamente de acuerdo con los siguientes criterios:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La claridad de ideas y conceptos así como la capacidad para relacionarlos.</li> <li>2. El alcance de dichos conocimientos en el análisis de algún aspecto de la realidad.</li> <li>3. El dominio de la expresión oral y puesta en escena (en el último trabajo).</li> <li>4. El orden expositivo.</li> <li>5. La presentación.</li> </ol> <p>El trabajo se puntuará entre 0 y 10 puntos.</p> <p>La suma de los criterios 1, 2 y 3 alcanza el 80% de la nota.</p> <p>El trabajo se puntuará entre 0 y 10 puntos. El trabajo final puntuará un 80% de la nota de este criterio.</p>	<p>40</p>
<p>Escala de actitudes</p> <p>No recuperable</p>	<p>Escala de actitudes</p> <p>Criterios . El profesor evaluará la implicación y la participación activa del alumno. De dicha implicación se dará cuenta en una hoja de autoevaluación.</p>	<p>10</p>

### Calificaciones

. Examen final

Recuperable.

50%

Realización en grupo (tres-cuatro personas) de tres trabajos de dificultad creciente

No recuperable 30%

Escala de actitudes

No recuperable 20%

## 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.

Ley de Propiedad Intelectual (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>