

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Derecho de la Publicidad
Código	E000005097
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Dra. Cristina Puig Alorda
Horario	Consultar web del CESAG
Horario de tutorías	Solicitar cita previa
Descriptor	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	
Profesor	
Nombre	Cristina Puig Alorda
Departamento / Área	Departamento de Ciencias de la Comunicación
Despacho	Despacho 6
Correo electrónico	cpalorda@cesag.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
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.
Prerrequisitos
Básicos de Introducción al Derecho.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG14	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

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

ESPECÍFICAS

CE05	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

RA3	Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz.
RA4	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	

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
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 grupos 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.

Ley de Propiedad Intelectual

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

CESAG



GUÍA DOCENTE
2024 - 2025

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/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>