

## GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

### G472 - Mercado, Empresa y Competencia

#### Doble Grado en Derecho y Administración y Dirección de Empresas Grado en Derecho

Curso Académico 2024-2025

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Doble Grado en Derecho y Administración y Dirección de Empresas Grado en Derecho			Tipología v Curso	Obligatoria. Curso 3 Obligatoria. Curso 3
Centro	Facultad de Derecho				
Módulo / materia	MATERIA DERECHO MERCANTIL				
Código y denominación	G472 - Mercado, Empresa y Competencia				
Créditos ECTS	6	Cuatrimestre	Cuatrimestral (1)		
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	Sí	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. DERECHO PRIVADO				
Profesor responsable	JULIO ALVAREZ RUBIO				
E-mail	julio.alvarez@unican.es				
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 1. DESPACHO (D151)				
Otros profesores					

### 3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer la historia y evolución del derecho mercantil y de sus fuentes.
- Comprender las reglas de funcionamiento del mercado en tanto que escenario de la actividad jurídico mercantil. En este apartado han de adquirirse conocimientos amplios en materia de derecho de la competencia.
- Conocer y comprender el estatuto jurídico del empresario así como adquirir nociones sobre propiedad industrial.

**4. OBJETIVOS**

La asignatura inicia al alumno en el conocimiento del derecho del comercio y del marco legal especial aplicable a los empresarios y a las empresas. Comienza con una introducción relativa al concepto, método y fuentes de esta disciplina, sigue con el estudio del estatuto jurídico del empresario, incluyendo el análisis de los activos inmateriales de la empresa y finaliza con el análisis del derecho de la competencia y del régimen jurídico de la propiedad industrial

**6. ORGANIZACIÓN DOCENTE**

**CONTENIDOS**

1	<p>Lección 1ª. Concepto del derecho mercantil.</p> <p>1. Origen histórico del derecho mercantil. 2. La evolución del derecho mercantil. 3. El derecho mercantil en la actualidad. 4. Contenido y sistema del derecho mercantil.</p>
2	<p>Lección 2ª. Fuentes del derecho mercantil.</p> <p>1. Estado actual del sistema de fuentes. 2. La ley mercantil. 3. El uso de comercio. 4. La influencia de la Unión Europea. 5. Leyes y prelación de fuentes.</p>
3	<p>Lección 3ª. El mercado.</p> <p>1. Mercado y derecho mercantil. 2. Constitución Económica. 3. La libertad de empresa y su contenido esencial.</p>
4	<p>Lección 4ª. El empresario.</p> <p>1. Empresa, empresario y actividad empresarial. 1.1. Concepto jurídico de empresario. 1.2. El estatuto jurídico del empresario. 1.3 Adquisición, prueba y pérdida de la condición de empresario. 2. Clases de empresarios. 3. El empresario individual. 3.1. La capacidad para ser empresario. 3.2. Incapacidades, prohibiciones e incompatibilidades. 3.3. La actividad profesional realizada por persona casada. 4. La responsabilidad del empresario. 5. La publicidad legal del empresario: el registro mercantil. 6. La contabilidad del empresario. 7. los colaboradores del empresario.</p>
5	<p>Lección 5ª. La empresa.</p> <p>1. Elementos integrantes de la empresa. 2. La empresa como objeto en el tráfico económico. 3. Fondo de comercio y clientela.</p>
6	<p>Lección 6ª. La defensa de la competencia.</p> <p>1. Significado de la protección de la libre competencia. 2. Sistema de protección de la libre competencia: Unión Europea y España. 3. Régimen jurídico de la defensa de la competencia. 3.1. Colusiones: concepto, supuestos y exenciones. 3.2. Abuso de posición de dominio: concepto y supuestos. 3.3. Control de las concentraciones empresariales. 3.4. Ayudas públicas. 4. Funcionamiento administrativo del sistema.</p>
7	<p>Lección 7. La competencia desleal y la publicidad comercial.</p> <p>1. Origen y evolución de la regulación. 2. Ámbito de aplicación de la norma. 3. Cláusula general prohibitiva. 4. Actos de competencia desleal. 4.1 Actos contra el empresario. 4.2. Actos contra el consumidor. 4.3. Actos contra el mercado. 5. Acciones y procedimiento. 6. La publicidad comercial. 6.1. El problema del concepto. 6.2. La publicidad ilícita. 6.2.1 La publicidad incivil. 6.2.2. La publicidad engañosa. 6.2.3 La publicidad desleal. 6.3. Autorregulación.</p>
8	<p>Lección 8. Derecho de patentes.</p> <p>1. Finalidad del derecho de patentes. 2. requisitos de patentabilidad. 3. Procedimiento de concesión. 4. Contenido del derecho. 5. la patente como objeto de propiedad. 6. Nulidad y caducidad de la patente. 7. Sistemas de protección de otras creaciones.</p>
9	<p>Lección 9. Marcas.</p> <p>1. Noción y funciones de la marca. 2. Clases de marcas. 2.1. Marcas notorias y renombradas. 2.2. marcas colectivas y de garantía. 3. Requisitos objetivos de la marca. 4. Requisitos subjetivos del titular de la marca. 5. procedimiento de adquisición y registro. 6. Contenido del derecho. 7. Defensa frente a la violación del derecho de marca. 8. cargas que pesan sobre el titular del derecho. 9. La marca como objeto del tráfico. 10. Nulidad y caducidad de la marca. 11. Otros signos distintivos en el tráfico económico.</p>

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN				
Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Examen parcial teórico	Examen escrito	No	Sí	30,00
Evaluación parte práctica	Examen escrito	Sí	Sí	40,00
Examen final teórico	Examen escrito	Sí	Sí	30,00
<b>TOTAL</b>				<b>100,00</b>
<b>Observaciones</b>				
<p>La parte práctica de la asignatura se evaluará de acuerdo con el siguiente procedimiento: - Realización de examen práctico, que se valorará de 1 a 4 puntos y que supondrá el 40% de la calificación final obtenida en la asignatura.</p> <p>Las explicaciones de la asignatura podrán ser complementadas con conferencias y seminarios que impartan juristas de prestigio del ámbito del derecho mercantil.</p> <p>En el supuesto de que, por circunstancias sanitarias, la evaluación tuviera que desarrollarse de forma virtual, los exámenes teóricos se desarrollarían bajo la modalidad de test, manteniendo la evaluación práctica el formato actual, si bien, lógicamente, cumplimentándose a distancia.</p> <p><b>NOTA IMPORTANTE:</b> en el supuesto de que la docencia no pudiera desarrollarse de forma presencial en su integridad, los temas 1, 3, 7 y 8 del programa se impartirían virtualmente, mediante el suministro de materiales y explicaciones en formato diverso, de forma que el resto del programa sí se pudiera impartir presencialmente, aun existiendo grupos fraccionados. El sistema de evaluación no variaría.</p>				
<b>Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial</b>				
A los estudiantes a tiempo parcial se les evaluará con un único examen final que valorará sus conocimientos teóricos . Se calificará de 1 a 10 puntos siendo 5 la nota mínima exigida para superar la asignatura.				

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS
<b>BÁSICA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• MENÉNDEZ, A.: Lecciones de Derecho Mercantil, Madrid, (Thomson-Civitas), última ed.</li> <li>• SÁNCHEZ CALERO, F.: Instituciones de Derecho Mercantil, dos volúmenes, última ed., (Thomson-Aranzadi).</li> <li>• BROSETA, M.: Manual de Derecho Mercantil, Madrid, última ed., (Tecnos).</li> <li>• URÍA, R./MENÉNDEZ, A.: Curso de Derecho Mercantil, dos volúmenes, Madrid, última ed., Civitas.</li> <li>• VICENT CHULIÁ, F.: Compendio crítico de Derecho Mercantil, tres volúmenes, t. I, vols. 1º y 2º, 3ª ed., Barcelona (Bosch), 1991; t. II, 3ª ed., Barcelona (Bosch), 1990.</li> <li>• GARRIGUES, J.: Curso de Derecho Mercantil, vol I, 7ª ed., Madrid, 1976; vol II, 8ª ed., Madrid, 1983</li> <li>• JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G. (dir.): Derecho Mercantil, dos volúmenes, Barcelona, última ed., (Ariel).</li> <li>• TOMILLO URBINA, J. (dir.): Práctica arbitral de consumo, Cizur Menor, 2007 (Thomson-Civitas).</li> <li>• TOMILLO URBINA, J. (dir.): Contratación con consumidores (Dykinson, 2012).</li> </ul>

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.