Derecho de la Publicidad y de la Propiedad Intelectual

Curso Académico: (2020 / 2021) **Fecha de revisión: 09-07-2020**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Derecho Privado

Coordinador/a: RUIZ MUÑOZ, MIGUEL

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 1

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Ninguna

OBJETIVOS

COMPETENCIAS
CB7, Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
CB8, Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
CE2, Contextualizar históricamente la Comunicación Publicitaria y los problemas actuales a los que se enfrenta.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE
Adquirir y aplicar conocimientos sobre la publicidad y comunicación contemporáneas.
Adquirir el conocimiento sobre el marco legal para el desarrollo de la actividad que concierne a la puesta en práctica de campañas publicitarias.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Plan General:

I-Derecho de autor y creación publicitaria
II-Derecho de la competencia desleal: Derecho de la publicidad
III-Derecho del diseño industrial: creaciones utilitarias y estéticas
IV-Derecho de marcas: creaciones de signos distintivos empresariales
V-Las creaciones intelectuales en internet: uso y abuso

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS
Clases teórica
Clases prácticas
Tutorías
Trabajo en grupo
Trabajo individual del estudiante

METODOLOGIAS DOCENTES
-Exposiciones en clase del profesor con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporciona la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.
-Lectura crítica de textos y visionado de material audiovisual recomendados por el profesor de la asignatura: Artículos de prensa, videos, campañas publicitarias, informes, manuales y/o artículos académicos, bien para su posterior discusión en clase, bien para ampliar y consolidar los conocimientos de la asignatura.
-Resolución de casos prácticos planteados por el profesor sobre comunicación y publicidad, de manera individual o en grupo.
-Exposición y discusión en clase, bajo la moderación del profesor de temas relacionados con el contenido de las materias, así como de casos prácticos
-Elaboración de trabajos e informes de manera individual o en grupo.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:
-Participación en clase: hasta un 20%
-Trabajos individuales o en grupo: hasta un 30%
-Examen final: hasta un 50%

MÉTODO DE CALIFICACIÓN:
Las calificaciones se realizarán en general en atención a las explicaciones de clase y de los materiales facilitados o recomendados por el profesor. En cuanto a las participaciones en clase para su consideración positiva deberán estar fundamentadas y razonadas. Y en cuanto a los trabajos se calificarán fundamentalmente por el contenido de acuerdo con el primer criterio, pero siempre y cuando la presentación sea correcta y adecuada.

En resumen, por tanto:
- Participación en clase
- Trabajos individuales o en grupo realizados durante el curso
- Examen final

Criterio de Evaluación de la Convocatoria Extraordinaria:
"Se guarda la nota de la Evaluación Continua"

Peso porcentual del Examen Final:	50
Peso porcentual del resto de la evaluación:	50

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ADI: Marcial Pons/ Actas de Derecho Industrial y Derecho de autor, , Universidad de Santiago de Compostela, -
- Candelario Macías, I., La creatividad e innovación empresarial: la tutela del diseño industrial en el mercado interior., Bilbao: Eurobask, , 2007
- De Miguel Asensio, P.A., Régimen jurídico de la publicidad transfronteriza, , Iustel, Madrid, , 2005
- De Miguel Asensio, PA, Derecho privado de Internet, , 3ª ed., Civitas: Cizur Menor, , 2012
- De la Cuesta Rute, J.M., Curso de Derecho de la Publicidad,, EUNSA, Pamplona,, 2002
- Fernández-Novoa, C., Tratado de derecho de marcas,, 2ª ed., Marcial Pons: Madrid, , 2004
- Fernández-Novoa/Otero Lastres/Botana Agra, Manual de la propiedad industrial, 2ª ed., , Marcial Pons: Madrid,, 2014
- García Vidal, A. (Coord.), El diseño comunitario. Estudios sobre el Reglamento (CE) núm. 6/2002., Cizur Menor: Thomson Reuters/Aranzadi, , 2012
- García Vidal, A., Derecho de marcas en Internet, , Tirant lo blanch: , 2008
- Lara González, R., La denigración en el derecho de la competencia desleal, , Cizur Menor, Aranzadi,, 2007
- Larriba Hinojar, B., La tutela penal del diseño industrial,, Tiant lo Blanch: Valencia, , 2006
- Lastiri Santiago, M., La comercialización del nombre de dominio, , Marcial Pons: Madrid,, 2013
- Lema Devesa, C., Problemas jurídicos de la publicidad,, Marcial Pons, Madrid, 2007
- Lence Reija, C., La protección del diseño en el Derecho español,, Marcial Pons: Madrid, , 2004
- Lobato García, M., Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas, , Civitas: Madrid, , 2002.
- Otero Lastres, JM, El diseño industrial según la Ley de 7 de julio de 2003, Tratado de Derecho Mercantil dir. Olivencia, Fernández-Novoa, Jiménez de Parga), T. 19, v. 2º,, Marcial Pons: Madrid, , 2003.
- Pe.i.: Revista de propiedad intelectual, -, -
- Portero Lameiro, JD, La obra publicitaria y su tutela jurídica: cuestiones relativas a la adecuada dotación de la regulación legal de esta actividad creativa, , EAE, Disponible en VLEX: http://app.vlex.com/#ES/sources/10851, 2012
- Posner, R., El pequeño libro del plagio, , tr. esp., El hombre del tres: Madrid, , 2013
- Pérez de la Cruz, A., Derecho de la propiedad industrial, intelectualy de la competencia, , Marcial Pons: Madrid, , 2008
- Ramos Herranz, I., La publicidad en el sector audiovisual, , Thomson Reuters/Aranzadi, Cizur Menor,, 2015
- Ramos Herranz, I., Marcas versus nombres de dominio, , Iustel: Madrid, , 2004
- Rogel Vide/Serrano Gómez, Manual de derecho de autor, , Madrid: Reus,, 2008

- Ruiz Muñoz, M. (Direc.) Derecho de la propiedad intelectual. Derecho de autor y propiedad industrial, Tirant lo Blanch, 2017
- Ruiz Muñoz, M., ¿Derecho de la publicidad y globalización: publicidad transfronteriza, libertad de expresión y derechos aplicables¿, , Revista de Derecho Mercantil, 263, p. 115-165., 2007
- Ruiz Muñoz, M., ¿Diseño industrial y derecho de autor en Europa (La acumulación en algunos Derechos nacionales armonizados)¿, Actas de derecho industrial y derecho de autor, T. 27 (2006-2007), 2007, p. 381-424., -, 2007
- Ruiz Muñoz, M., ¿Sobre propiedad industrial y exclusión de la responsabilidad de los intermediarios en Internet: enlaces y buscadores (A propósito del conflicto judicial francés Louis Vuitton Malletier v. Google)¿, Revista de la Contratación Electrónica, 99, 2008, p. 61 ss., 2008
- Saiz García, C., ¿La obras audiovisuales de carácter publicitario y derecho de autor, Actas de Derecho Industrial y derecho de autor, T. 19, 1998, p. 245 ss., -, -
- Santaella López, M., Derecho de la publicidad, , Madrid,, 2003
- Stalman, A., Brandoffon. El branding del futuro,, Gestión 2000: Barcelona, , 2014
- Tato Plaza, A., La publicidad comparativa,, Marcial Pons, Madrid, , 1996.
- VVAA, dir. Bercovitz/García Cruces, Comentarios a la Ley de marcas,, 2ª ed., Aranzadi: Cizur Menor,, 2010

- VVAA, dir. Bercovitz/García Cruces, Comentarios a la Ley de marcas,, 2ª ed., Aranzadi: Cizur Menor,, 2010

- VVAA, Coor. Lázaro Sánchez, Comentarios a la Ley General de Publicidad, Civitas, Cizur Menor, , 2009
- VVAA, Coord. Lázaro Sánchez, Los contratos publicitarios, , Civitas, Cizur Menor,, 2011

- VVAA, Coord. Lázaro Sánchez, Los contratos publicitarios, , Civitas, Cizur Menor,, 2011

- VVAA, coord. R. Bercovitz, Manual de propiedad intelectual, , 6ª ed., Valencia: Tirant lo blanch, , 2015

- VVAA, coord. R. Bercovitz, Manual de propiedad intelectual, , 6ª ed., Valencia: Tirant lo blanch, , 2015

- VVAA, coords., M.A. Encabo/R. Rolli, Publicidad y derechos de autor en algunos países de Europa,, Ariccia: Aracne, , 2015

- VVAA, coords., M.A. Encabo/R. Rolli, Publicidad y derechos de autor en algunos países de Europa,, Ariccia: Aracne, , 2015

- VVAA, dir. García-Cruces, Tratado de derecho de la competencia y de la publicidad,, Tirant lo blanch, Valencia, 2014

- VVAA, dir. García-Cruces, Tratado de derecho de la competencia y de la publicidad,, Tirant lo blanch, Valencia, 2014

- Vivas Tesón, I. ¿La tutela del diseño industrial por el derecho de autor¿,30,, Revista Aranzadi de Derecho patrimonial, 2013, p. 407 ss., 2013

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Mühlendahl/Botis/Maniatis/Wiseman Trade mark law in europe, Oxford University Press, 2016

- Ruiz Muñoz, M. (Direc.) Derecho de la propiedad intelectual. Derecho de autor y propiedad industrial, Tirant lo blanch, 2017