



Universidad
Carlos III de Madrid
www.uc3m.es

**PROGRAMA DE DERECHO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
Y DE LA PUBLICIDAD COMERCIAL**

Titulaciones: Grado en Derecho

y Doble Grado en Derecho y Administración y Dirección de Empresas

. Tema 1. Introducción al Derecho de la Propiedad Industrial:

1.1. Concepto. Propiedad Industrial e Intelectual

1.2. Entidades y organizaciones de la Propiedad Industrial

. Tema 2. La patente (I):

2.1. Concepto y clases. Requisitos positivos y negativos de patentabilidad

2.2. La patentabilidad del software y de las invenciones implementadas en ordenador

2.3. Tramitación y concesión de la patente

2.4. Derechos y obligaciones del titular de la patente

. Tema 3. La patente (II):

3.1. La licencia de patente

3.2. Protección jurisdiccional nacional y supranacional de la patente

3.3. Otro bien de propiedad industrial similar (pero no el mismo): el modelo de utilidad

. Tema 4. La marca (I):

4.1. Concepto y tipos

4.2. Prohibiciones absolutas y prohibiciones relativas

4.3. Adquisición del derecho sobre la marca

4.4. Derechos y obligaciones del titular de la marca

. Tema 5. La marca (II):

5.1. Marcas *versus* nombres de dominio en Internet

5.2. Protección jurisdiccional de la marca

5.3. La marca de la Unión Europea y el registro internacional de marcas

.Tema 6. El nombre comercial, las denominaciones geográficas, los diseños industriales y los rótulos de establecimiento:

6.1. El nombre comercial

6.2. Las denominaciones geográficas

6.3. Los diseños industriales

6.4. Los rótulos de establecimiento

.Tema 7. Derecho de la Publicidad (I). Regulación:

7.1. Normas publicitarias de Derecho Positivo

7.2. La autorregulación. Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, Autocontrol

.Tema 8. Derecho de la Publicidad (II). Concepto y algunos tipos de publicidad ilícita:

8.1. Concepto.

8.2. Tipos de publicidad ilícita

8.3. La protección de la mujer y del hombre en la publicidad

8.4. La publicidad engañosa

8.5. La publicidad subliminal y la publicidad desleal

. Tema 9. Derecho de la Publicidad (III). La publicidad en el sector audiovisual:

9.1. Delimitación del contenido del término “publicidad audiovisual” en la Ley General de Comunicación Audiovisual

9.2. La autorregulación regulada y otros tipos de regulación en la publicidad audiovisual

9.3. Limitaciones temporales de los actos publicitarios audiovisuales, paréntesis de los programas e información sobre la actividad publicitaria

9.4. La protección de los menores de edad

9.5. Publicidad de bebidas alcohólicas

. Tema 10. La publicidad en medios electrónicos [Derecho de la Publicidad (IV)].

10.1. Información sobre el acto publicitario. Envío por medios electrónicos de publicidad no solicitada

10.2. Big Data y régimen jurídico de las *cookies*

10.3. Los influencers y la publicidad

BIBLIOGRAFÍA

BAYLOS CORROZA, HERMENEGILDO, *Tratado de Derecho Industrial: propiedad industrial, intelectual, Derecho de la Competencia económica, disciplina de la Competencia Desleal*, Madrid, 2009.

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, ALBERTO, *Apuntes de Derecho Mercantil: Derecho Mercantil, Derecho de la Competencia y Propiedad Industrial*, Pamplona, 2010.

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., *Derecho de la Competencia y Propiedad Industrial en la Unión Europea*, Navarra, 2007.

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., *Apuntes de Derecho Mercantil*, Navarra, 2ª ed., 2001.

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., *Derecho de patentes: España y la Comunidad Económica Europea*, Barcelona, 1985.

BOTANA AGRA, MANUEL JOSÉ, *La protección de las marcas internacionales (con especial referencia a España)*, Madrid, Marcial Pons, 1994.

BOTANA AGRA, M. J.; CARBAJO CASCÓN, FERNANDO; CASADO CERVIÑO, ALBERTO; PÉREZ CARRILLO, FÁTIMA; GÓMEZ SEGADE, JOSÉ ANTONIO; OTERO LASTRES, MANUEL; MARCO ARCALA, LUIS ALBERTO; MAROÑO GARGALLO, MARÍA DEL MAR Y ORTUÑO BAEZA, MARÍA TERESA; Coord. GARCÍA VIDAL, ÁNGEL, *El diseño comunitario*, Aranzadi, 2012.

BROSETA, MANUEL Y MATÍNEZ SANZ, FERNANDO, *Manual de Derecho Mercantil*, última edición.

CASADO CERVIÑO, ALBERTO y LLOBREGAT HURTADO, MARÍA LUISA, *Comentarios a los Reglamentos sobre la marca comunitaria*, Alicante, 1996.

CUESTA RUTE, JOSÉ MARÍA de la, *Curso de Derecho de la Publicidad*, 2002.

CUESTA RUTE, J. M. de la, *El Derecho de la Publicidad en la CEE*.

FARRE LÓPEZ, PEDRO, “El derecho de rectificación en el ámbito de la publicidad comercial”, en Ángel, Ricardo de et al, *Homenaje a Luis Rojo Ajuria: escritos jurídicos*, Santander, 2003, p. 837-860.

FERNÁNDEZ NOVOA, CARLOS, *Manual de la Propiedad Industrial*, Madrid, 2009.

FERNÁNDEZ NOVOA, C., *Jurisprudencia sobre marcas (2007): comentarios, recopilación y extractos sistematizados*, Granada, 2009.

FERNÁNDEZ NOVOA, C., *Tratado sobre Derecho de Marcas*, 2ª ed., Madrid, 2004.

FERNÁNDEZ NOVOA, C., *Derecho de marcas*, Madrid, 1990.

FERNÁNDEZ NOVOA, C., *Fundamentos de Derecho de marcas*, Madrid, 1984.

FERNÁNDEZ NOVOA, C. y GÓMEZ SEGADE, JOSÉ ANTONIO, *La modernización del Derecho español de patentes*, Madrid, 1984.

FERNANDO MAGARZO, MARÍA DEL ROSARIO y LEMA DEVESA, C., “Las acciones judiciales concernientes al diseño industrial en la Ley española de 2003”, *Colección de Trabajos en Homenaje a Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano*, 2005, P. 417-432.

GARCÍA VIDAL, ÁNGEL, *El Derecho Mercantil en el umbral del siglo XXI: libro homenaje al Profesor Dr. Carlos Fernández-Novoa en su octogésimo cumpleaños*, Madrid, 2010.

GARCÍA VIDAL, A., “Proyecto de Ley de modificación del régimen de la competencia desleal para mejorar la protección de los consumidores: Derecho de la competencia y Derecho de la Publicidad”, *Actas de Derecho Industrial y Derecho de Autor*, t. 29 (2008-2009), p. 1476-1478.

GÓMEZ SEGADE, JOSÉ ANTONIO, “Modificaciones de interés en procedimientos de propiedad industrial”, *Actas de Derecho Industrial y Derecho de autor*, t. 29 (2008-2009), p. 1475-1476.

GÓMEZ SEGADE, J. A., *Tecnología y Derecho: Estudios jurídicos del Prof. Dr. h. c. José Antonio Gómez Segade recopilados con ocasión de la conmemoración de los XXV años de cátedra*, Madrid, 2001.

GÓMEZ SEGADE, J. A., “Panorámica de la nueva Ley española de Diseño Industrial”, *Actas de Derecho Industrial y Derecho de autor*, t. 24 (2003), p. 29-52.

GÓMEZ SEGADE, J. A., *La Ley de patentes y modelos de utilidad*, Madrid, 1988.

GÓMEZ SEGADE, J. A., *El secreto industrial (know-how): concepto y protección*, Madrid, 1974.

HERAS LORENZO, T. de las, *El agotamiento del derecho de marca*, Madrid, 1994.

ILLESCAS ORTIZ, RAFAEL, *Derecho de la contratación electrónica*, 2ª ed., Madrid, 2009.

ILLESCAS ORTIZ, R., “Derechos convencionales y reales sobre los bienes de propiedad industrial”, Jiménez Sánchez, G. J., (Coordinación), *Derechos convencionales y reales sobre los bienes de propiedad industrial*, 1992, p. 61-80.

ILLESCAS ORTIZ, R., “La patente y otras creaciones industriales”, en Jiménez Sánchez, G. J. (Coordinación), *Derecho Mercantil*, última edición.

ILLESCAS ORTIZ, R., “Propiedad industrial y competencia empresarial: mercado relevante y Derecho aplicable”, *Derecho de la Propiedad Industrial: Jornadas sobre Derecho de la Propiedad Industrial*, 1993, p. 261-279.

ILLESCAS ORTIZ, R., “La marca y otros signos distintivos”, en Jiménez Sánchez, G. J. (Coordinación), *Derecho Mercantil*, última edición.

ILLESCAS ORTIZ, R., “La competencia desleal”, en Jiménez Sánchez, G. J. (Coordinación), *Derecho Mercantil*, última edición.

LEIÑENA MENDIZÁBAL, ELENA e IRACULIS ARREGUI, NEREA, “La reforma del Derecho español en materia de competencia desleal, protección de los consumidores y comercio minorista por la Ley 29/2009”, *Aranzadi Civil*, nº 6, 2010, p. 87-132.

LEMA DEVESA, CARLOS, “La utilización de la marca ajena, que distingue un producto patentado, tras la caducidad de la patente”, *Revista de Derecho Mercantil*, nº 294, 2014, p. 345-360.

LEMA DEVESA, C., “La publicidad comparativa en la Unión Europea”, *Revista de Derecho Mercantil*, nº 291, 2014, p. 313-326.

LEMA DEVESA, C., “Extensión y límites del derecho de marca”, *Derecho de los Negocios*, nº 270, 2013, p. 7-14.

LEMA DEVESA, C.; CASADO CERVIÑO, ALBERTO y GÓMEZ MONTERO, *Comentarios a la Ley de patentes*, Madrid, 1988.

LEMA DEVESA, C. y PATIÑO ALVES, BEATRIZ, “El blog como vehículo publicitario”, *Derecho de los Negocios*, nº 208, 2008, p. 5-18.

LENCE REIJA, C., *La protección del diseño en el derecho español*, 2004.

LLOBREGAT HURTADO, MARÍA LUISA, *Temas de Propiedad Industrial*, Madrid, 2ªed., 2007.

MARTÍNEZ SANZ, FERNANDO, *Manual de Derecho Mercantil*, última edición.

MIRANDA SERRANO, LUIS MARÍA, *Denominación social y nombre comercial*, Madrid, 1997.

OTERO LASTRES, JOSÉ MANUEL, *El modelo industrial*, Madrid, 1977.

OTERO LASTRES, J. M. y BOTANA AGRA, MANUEL, *Hacia un nuevo sistema de patentes*, Madrid, 1982.

PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, ANTONIO, *Derecho de la Propiedad Industrial, Intelectual y de la Competencia*, Madrid, 2008.

RAMOS HERRANZ, ISABEL, *Influencers y publicidad*, Aranzadi LaLey, 2024.

RAMOS HERRANZ, I., "Patentes e instrumentos y aparatos médicos y sustancias o composiciones farmacéuticas. Vacunas contra la Covid-19", en AA.VV., Coordinador: García-Cruces Gonzáles, Antonio, *De Iure Mercatus. Libro Homenaje al Prof. Dr. h. c. Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano*, 2023, Tirant lo Blanch, p. 1365-1369.

RAMOS HERRANZ, I., *La publicidad de bebidas alcohólicas*, Thomson Reuters Aranzadi, 2022.

RAMOS HERRANZ, I., "El nuevo concepto de marca en la modificación de la Ley de Marca, y en su Reglamento de ejecución, para adaptarse a la Directiva de Marcas de 2015", *Revista de Derecho Privado*, nº 104, 3, 2020.

RAMOS HERRANZ, I., "Publicidad televisiva y radiofónica de bebidas alcohólicas", *Revista de Derecho Privado*, mayo-junio, 2016.

RAMOS HERRANZ, I., *La publicidad en el sector audiovisual*, Thomson Reuters Aranzadi, 2015.

RAMOS HERRANZ, I., "La armonización sobre marcas en el Derecho de la Unión Europea y el necesario cambio respecto de las marcas olfativas", *Ius: Revista del Instituto de Ciencias Jurídicas de la Puebla*, nº 33 (Ejemplar dedicado a: Derecho de la integración económica), 2014, p. 161-182.

RAMOS HERRANZ, I. “Problemas y soluciones del conflicto entre las marcas y los nombres de dominio de Internet tras la creación de los extensos gTLDs (*Generic Top Level Domains*)”, en AA.VV, *Emprendimiento e Innovación para la Competitividad*, Tirant lo Blanch-Universidad Nacional de Costa Rica, 2012.

RAMOS HERRANZ, I., “Las invenciones implementadas en ordenador y los programas de ordenador (software): patentabilidad”, *Derecho de los Negocios*, noviembre, 2009, p. 5-18.

RAMOS HERRANZ, I., “Usurpadores de marcas en Internet (*cybersquatters*)”, en Rico Carrillo, M. (Coordinadora), *Derecho de las Nuevas Tecnologías*, Buenos Aires, 2007, p. 501-538.

RAMOS HERRANZ, I., *Marcas versus nombres de dominio en Internet*, Madrid, 2004.

RAMOS HERRANZ, I., “El patrocinio televisivo”, *Derecho de los Negocios*, nº 156, septiembre, 2003, p. 1-10.

SANTAELLA LÓPEZ, MANUEL, *El nuevo Derecho de la Publicidad*, Madrid, 1989.

TATO PLAZA, ANTJO, *La reforma de la Ley de Competencia Desleal*, Madrid, 2010.

TATO PLAZA, A., “Sobre el uso de alegaciones medioambientales en la publicidad: estado actual y perspectivas de futuro”, *Revista de Derecho Mercantil*, nº 332, 2024.

TOBÍO RIVAS, ANA, “Diseño industrial y competencia desleal: algunas claves”, Gómez Segade, J. A., García Vidal, A. y Olivencia Ruíz, M., en *Libro en Homenaje al Prof. Dr. Carlos Fernández-Novoa con motivo de su octogésimo cumpleaños*, 2010, p. 501-513.

URÍA, RODRIGO y MENÉNDEZ, AURELIO, *Curso de Derecho Mercantil I*, Madrid, 1999.

VAREA SANZ, M., *El modelo de utilidad: Régimen jurídico*, Pamplona, 1996.