

Ficha Técnica

Titulación:	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		
Plan BOE:	BOE número 108 de 6 de mayo de 2015		
Asignatura:	Derecho de la Publicidad		
Módulo:	Publicidad, relaciones públicas y sociedad		
Curso:	4º	Créditos ECTS:	6
Tipo de asignatura:	Obligatoria	Tipo de formación:	Teórica

Presentación

- La asignatura de Derecho de la publicidad, que pertenece al módulo de publicidad, relaciones públicas y sociedad ofrece una visión global de los aspectos jurídicos fundamentales que conciernen a la publicidad. En particular, se profundizará en el marco normativo que regula la publicidad, el papel de autorregulación en este sector, la publicidad ilícita o desleal y los contratos más utilizados.

Competencias y/o resultados del aprendizaje

- Capacidad para comprender los aspectos jurídicos que regulan los comportamientos y las relaciones sociales implícitos en los procesos de comunicación persuasiva.
- Capacidad para realizar un análisis crítico sobre la naturaleza del trabajo del publicitario y del profesional de las relaciones públicas con respeto a las normas jurídicas específicamente aplicables y a los códigos deontológicos de la profesión.
- Capacidad para expresarse en el lenguaje técnico jurídico del derecho relacionado con la publicidad y las relaciones públicas y conocer el alcance y los límites del derecho de la publicidad.
- Saber relacionar el hecho publicitario con otras manifestaciones culturales tales como la literatura, el arte o el cine, entre otras.
- Conocer el marco deontológico de la profesión publicitaria y de las relaciones públicas.
- Comprender los aspectos jurídicos que regulan la actividad publicitaria y de las relaciones públicas.
- Conocer el alcance y los límites del derecho de la publicidad.

Contenidos Didácticos

1. Nociones básicas del derecho de la publicidad.
 - 1.1. Concepto y surgimiento del derecho de la publicidad.
 - 1.2. Sujetos de la relación publicitaria.
 - 1.3. Los derechos de la personalidad.
 - 1.4. Obra publicitaria, propiedad intelectual e industrial.
 - 1.5. Otras formas de protección de la obra publicitaria.
2. Las fuentes del derecho de la publicidad.
 - 2.1. Ordenamiento jurídico y normas.

- 2.2. Fuentes del derecho de la publicidad.
- 2.3. Límites a la eficacia de las normas.
- 3. Publicidad ilícita.
 - 3.1. Publicidad contraria a la Constitución española.
 - 3.2. Publicidad de menores.
 - 3.3. Publicidad subliminal
 - 3.4. Publicidad contraria a la normativa específica.
 - 3.5. Delito publicitario
- 4. La publicidad desleal.
 - 4.1. Publicidad engañosa
 - 4.2. Publicidad desleal
 - 4.3. Publicidad encubierta
 - 4.3. Publicidad agresiva
 - 4.4. Publicidad comparativa
- 5. Los contratos publicitarios.
 - 5.1. Régimen jurídico
 - 5.2. Nacimiento del contrato
 - 5.3. Ineficacia
 - 5.4. Incumplimiento
 - 5.5. Disposiciones comunes específicas de los contratos publicitarios
- 6. El contrato de creación publicitaria.
 - 6.1. Concepto
 - 6.2. Caracteres
 - 6.3. Contenido
 - 6.4. Incumplimiento
 - 6.5. Extinción
- 7. El contrato de difusión publicitaria.
 - 7.1 Concepto
 - 7.2. Caracteres
 - 7.3. Contenido
 - 7.4. Incumplimiento
 - 7.5. Extinción
- 8. El contrato de patrocinio.
 - 8.1. Concepto
 - 8.2 Caracteres
 - 8.3. Contenido
 - 8.4. Incumplimiento
 - 8.5. Extinción
- 9. Deontología publicitaria y autorregulación.
 - 9.1. Deontología publicitaria: Concepto, objetivo y valor de los códigos de conducta
 - 9.2. Autocontrol
 - 9.3. Vía Jurisdiccional

Contenidos Prácticos

Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán las siguientes actividades prácticas:

- Resolución de casos prácticos.
- Realización de informes.

Evaluación

El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización de diferentes tipos de actividades de evaluación y aprendizaje. El criterio de valoración establecido se detalla a continuación:

Actividades de aprendizaje	10%
Controles	10%
Actividades de Evaluación Continua (AEC)	30%
Examen final presencial	50%
TOTAL	100%

Bibliografía

- Martínez Escribán, C., Herrero Suárez, C., Martín García, L., y Hernández-Rico, J. M., *Derecho de la publicidad*, Lex Nova, Valladolid, 2015.