

Grado en Marketing y Comunicación Digital

Asignatura: Derecho Digital

Materia: Derecho

Créditos: 6 ECTS

Programa: Grado

Modalidad: Presencial

Curso: Tercero

Semestre: Primero

Curso Académico: 2026-2027

1. Índice

1.	Índice	2
2.	Presentación.....	3
02.1	Descripción	3
02.2	Aplicaciones profesionales relevantes	3
3.	Resultados de aprendizaje de la titulación.....	3
4.	Resultados de aprendizaje de la materia	5
5.	Contenidos	5
6.	Metodología	5
7.	Evaluación	7
8.	Bibliografía	8
8.1	Bibliografía básica.....	8
8.2	Bibliografía complementaria	8

2. Presentación

02.1 Descripción

La asignatura de Derecho digital pretende dar unos conocimientos jurídicos a los estudiantes de marketing y comunicación digital para enfrentarse al mundo laboral sabiendo cual es el marco normativo de su actividad profesional y desarrollarse en ella dentro de la legalidad.

Mediante el estudio de las diferentes normas internacionales, europeas y nacionales, aplicadas a casos prácticos sobre sentencias, se pretende que el alumno adquiera un conocimiento profundo de lo que es legal dentro del mundo digital especialmente aquellas materias relacionadas con el marketing y la comunicación empresarial online.

Esto implica por la transversalidad de la temática derecho digital, que el alumno va a ver unas pinceladas de varias de las disciplinas del derecho que tienen su repercusión en el mundo digital: derecho público, laboral, mercantil (especialmente publicidad desleal y propiedad intelectual) civil, penal y tributario.

La asignatura analiza todas las situaciones e interrogantes legales en la actualidad en el mundo digital y cómo afectan a las vidas de los estudiantes y futuros profesionales. Su utilidad es también para la vida personal del estudiante pues las nuevas generaciones ya viven el mundo digital en todas las facetas de su vida y sus relaciones con los demás.

02.2 Aplicaciones profesionales relevantes

Es imprescindible que el alumno sepa el marco legal donde se va a desarrollar profesionalmente. Estas normas específicas del mundo digital impactan en la actividad del futuro profesional de tal forma que pueden llegar por la inobservancia de estas leyes, aunque sea por falta de diligencia, a sanciones económicas graves o al cierre de los negocios.

También es interesante que reconozca las actividades ilegales de otros actores con los que puede interactuar para poder evitarlos o denunciarlos y tomar decisiones profesionales acertadas y éticas que le evitarán problemas jurídicos y al final económico.

El derecho digital es útil no sólo en su vida profesional sino también en su vida diaria personal.

3. Resultados de aprendizaje de la titulación

- RAT1 – El estudiante será capaz de reconocer el modo en que los resultados de la investigación de mercados afectan al diseño, comercialización y comunicación de los productos.
- RAT2 – El estudiante será capaz de identificar las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, y el beneficio que reportan a la empresa.
- RAT3 – El estudiante será capaz de relacionar la complejidad de los fenómenos económicos y sociales típicos de la sociedad del bienestar con la tecnología, la globalización y la sostenibilidad.
- RAT4 – El estudiante será capaz de defender una investigación de mercados desde una actitud directiva inspirada en el valor del conocimiento del consumidor.
- RAT5 – El estudiante podrá describir políticas de marketing y ventas como guía de la actividad empresarial teniendo en cuenta la cultura, la política y los objetivos de la empresa.
- RAT7 – El estudiante podrá aplicar las tecnologías digitales (en los momentos necesarios) en su ámbito de conocimiento.
- RAT8 – El estudiante será capaz de desarrollar las estrategias comerciales de marketing y de comunicación tradicionales y online, adecuadas a la estrategia empresarial.
- RAT9 – El estudiante sabrá predecir la evolución de los mercados, mediante el uso de herramientas cuantitativas y predictivas con un enfoque estratégico focalizado en la búsqueda de oportunidades y amenazas. RAT12 –
- RAT12 – El estudiante será capaz de interpretar el análisis de datos e información, con visión crítica hacia los resultados.
- RAT13 – El estudiante sabrá seleccionar las acciones concretas de comunicación teniendo en cuenta la naturaleza de los stakeholders y su rentabilidad.
- RAT14 – El estudiante podrá proponer soluciones innovadoras, creativas y emprendedoras en situaciones propias del ámbito profesional.
- RAT15 – El estudiante será capaz de evaluar la sostenibilidad y el impacto social de las propuestas planteadas con responsabilidad ética, medioambiental y profesional.
- RAT16 – El estudiante será capaz de aplicar la perspectiva de género en las tareas propias del ámbito profesional.
- RAT17 – El estudiante sabrá diseñar estrategias comerciales y de marketing tradicional y online consistentes en el análisis pormenorizado de los elementos del macro y micro entorno.
- RAT18 – El estudiante será capaz de diseñar la estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas ateniéndose a criterios de rentabilidad, eficiencia, estímulo del compromiso y mejora continua.
- RAT19 – El estudiante podrá diseñar la integración estratégica de la actividad comercial y de marketing de la empresa con las diferentes áreas funcionales de la misma.
- RAT23 – El estudiante será capaz de diseñar políticas de responsabilidad social corporativa que colaboren en la mejora de la imagen y de la competitividad de la empresa, con balances sociales y alineadas con la misión y visión de la compañía.
- RAT24 – El estudiante será capaz de formular una estrategia comercial que considere los intereses y necesidades de los stakeholders para crear relaciones de confianza.
- RAT25 – El estudiante podrá desarrollar planes de comunicación interna y externa alineados con la estrategia corporativa como refuerzo del posicionamiento de la empresa en el mercado, la percepción de valor por los clientes y el compromiso de los empleados.

4. Resultados de aprendizaje de la materia

- RAM2 – El estudiante será capaz de interpretar correctamente las normativas aplicables para el desarrollo de las funciones directivas cada área empresarial mediante un análisis normativo de un caso práctico.
- RAM3 – El estudiante será capaz de desarrollar de forma precisa estrategias y prácticas para la adopción de marcos de referencia a nivel de cumplimiento normativo en la organización a mediante la realización de un proyecto escrito.
- RAM4 – El estudiante será capaz de interpretar de forma clara datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética, a través de la resolución de un caso práctico escrito.
- RAM5 – El estudiante será capaz de explicar adecuadamente información jurídica a un público tanto especializado como no especializado, en una exposición ante un comité de evaluación inter pares.
- RAM6 – El estudiante será capaz de inferir adecuadamente la importancia del Derecho como sistema regulador de las relaciones sociales en ejercicios de debate con alumnos, dirigidos por el profesor
- RAM8 – El estudiante será capaz de aplicar correctamente el ordenamiento jurídico en las actividades empresariales mediante una simulación de aplicación normativa a una empresa

5. Contenidos

TEMA 1.- EL DERECHO DIGITAL

- 1.1.- El Derecho Digital desde un punto de vista conceptual y su repercusión en la actualidad
- 1.2.-La Sociedad de la Información
- 1.3.- El Marketing “online”

TEMA 2.- LA PROTECCIÓN DE DATOS

- 2.1.- Introducción
- 2.2.- Los Derechos Fundamentales de la Persona
- 2.3.- El Derecho a la intimidad
- 2.4.- La Ley de Protección de datos

TEMA 3.- LA ECONOMÍA COLABORATIVA

- 3.1.- Tipos de economía colaborativa
- 3.2.- Competencia Desleal en la economía colaborativa
- 3.3.-La repercusión de la economía colaborativa en el derecho laboral: el falso autónomo

TEMA 4.- LA COMPETENCIA DESLEAL

- 4.1.- Que es la Competencia Desleal

- 4.2.- Formas de llevar a cabo la Competencia Desleal
- 4.3.- Prácticas prohibidas en el mundo digital.
- 4.4.- Regulación europea y nacional sobre prácticas desleales.

TEMA 5.- LA PROPIEDAD INTELCTUAL

- 5.1.- Propiedad intelectual y Copyright en el ámbito digital
- 5.2.- La repercusión de las TIC en el Derecho Penal
- 5.3.- Ciberseguridad y delitos penales digitales (cibercrimen)

TEMA 6.- LA CREACIÓN DE UN MERCADO ÚNICO DIGITAL EUROPEO

- 6.1.- Robótica e Inteligencia artificial desde un punto de vista conceptual
- 6.2.- Las diferentes modalidades de manifestarse inteligencia artificial
- 6.3.- La capacidad de las máquinas para razonar y pensar por cuenta propia: una cuestión de ética y responsabilidad
- 6.4.- Programa informático versus Inteligencia Artificial: Su repercusión en el Derecho laboral

6. Metodología

Resultados de aprendizaje trabajados	Metodología docente	Actividades formativas
Conocimiento	Clase magistral	Exposiciones del profesor
	Sesiones expositivas	Exposiciones de los estudiantes
	Tutorías	Reuniones para la resolución de dudas
	Aprendizaje basado en lecturas	Lectura y análisis de documentos
Habilidad	Aprendizaje basado en proyectos	Resolución de problemas
	Aprendizaje basado en audiovisuales	Análisis de audiovisuales
	Aprendizaje basado en casos	Búsqueda y tratamiento de la información Resolución de problemas
Competencia	Trabajo por proyectos	Elaboración de informes Presentaciones de informes o trabajos

7. Evaluación

Sistema de evaluación	Peso
Evaluación continua: ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, casos de estudio	40 %
Examen parcial	20 %
Examen final	40 %

La normativa incluye la obligatoriedad de un 75% de asistencia.

1. Las faltas de asistencia se dividen en dos categorías: justificadas y no justificadas. Son faltas justificadas aquellas que pueden demostrarse con un justificante. Son faltas injustificadas el resto de faltas de asistencia.
2. Los justificantes deben entregarse en un plazo máximo de 7 días al profesorado, e incluir claramente los datos personales del estudiante, así como la fecha y el horario en que ha impedido asistir a clase

Evaluación continua

La nota final de la asignatura se calcula en base a la ponderación de tres bloques de evaluación, divididas en actividades evaluables:

- A. Examen parcial: 20%
- B. Ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, exposiciones: 40%
 - 1. Cuatro actividades evaluables: 5% cada una
 - 2. Un trabajo o informe grupal: 10%
 - 3. Una presentación en grupo: 10%
- C. Examen final: 40%

Únicamente se procederá a la ponderación de estos tres bloques, en caso de que la calificación del examen final sea igual o superior a 4.0. Si la calificación del examen final es inferior a 4.0, no podrá superarse la asignatura.

En caso de que la asignatura quede suspendida y, a su vez, la calificación del examen final sea inferior a 5.0, el estudiante puede recuperar el examen final con una prueba adicional. Si la nota ponderada de las actividades del apartado B fuese inferior al 5, esta es también recuperable. Con el resultado obtenido, se procederá al cálculo de la nota final de la asignatura según los criterios anteriores.

Los estudiantes que no se presenten a actividades evaluativas con un peso superior al 50% recibirán una calificación general del curso de "No presentado".

Evaluación Única

La evaluación única consta de un único examen que equivale al 100 % de la nota de la asignatura. El examen, y por tanto la asignatura, se aprueba con una nota de 5 sobre 10 en esta prueba final. En caso de obtener una calificación inferior a 5.0, el estudiante tiene derecho a un examen de recuperación.

Para acogerse a la evaluación única es necesario enviar a coordinación una solicitud por escrito durante los primeros 15 días hábiles del curso.

La normativa incluye la obligatoriedad de un 75% de asistencia.

La asistencia regular a las actividades docentes presenciales constituye un requisito académico fundamental para la adecuada adquisición de las competencias y resultados de aprendizaje de la asignatura. En este sentido, se establece una asistencia mínima obligatoria del 75 % del total de las sesiones programadas.

El incumplimiento de este porcentaje mínimo de asistencia conllevará la pérdida del derecho a presentarse al examen final de la asignatura. En consecuencia, el estudiante será calificado como suspenso, sin posibilidad de acogerse a procesos de reevaluación o segundas oportunidades, de acuerdo con la normativa académica vigente de la Universidad.

1. Las faltas de asistencia se dividen en dos categorías: justificadas y no justificadas. Son faltas justificadas aquellas que pueden demostrarse con un justificante. Son faltas injustificadas el resto de faltas de asistencia.
2. Los justificantes deben entregarse en un plazo máximo de 7 días al profesorado, e incluir claramente los datos personales del estudiante, así como la fecha y el horario en que ha impedido asistir a clase.

8. Bibliografía

8.1 Bibliografía básica

- Memento Práctico: "Derecho de las nuevas tecnologías" de FRANCIS LEFEVRE. 2020-2021
ISBN: 978-84-17985-25-7

8.2 Bibliografía complementaria

- Tratado de la Unión europea, Directivas europeas y jurisprudencia del Tribunal europeo de derechos humanos www.curia.europa.eu
- Memento de derecho de las Nuevas Tecnologías ed. Lefebvre, 2020
- Casanueva Sánchez, I. y La Moneda Díaz, F. (2022). Estudios de Introducción al Derecho. Dykinson. ISBN: 9788411223171
- Lasarte Álvarez, C. y Yáñez Vivero, F. (2022). Introducción y Derecho de la persona. Marcial Pons. ISBN: 9788413814148
- Buenanga Ceballos, O. (2018). Introducción al Derecho y a las ciencias jurídicas. Dykinson.

ISBN: 9788491485957

- VVAA. (2022). Introducción al Derecho Constitucional. Tecnos. ISBN: 9788430985517
- Latorre, A. (2012). Introducción al Derecho. Ariel.