

Grado en Marketing y Comunicación Digital

Asignatura: Introducción al Derecho

Materia: Derecho

Créditos: 6 ECTS

Programa: Grado

Modalidad: Presencial

Curso: Segundo

Semestre: Segundo

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 asignatura	5
5. Contenidos	5
6. Metodología	7
7. Evaluación	7
8. Bibliografía	9
8.1 Bibliografía básica.....	9
8.1 Bibliografía complementaria	9

2. Presentación

02.1 Descripción

La asignatura pretende, principalmente, introducir al estudiante en el mundo jurídico relacionado con el ámbito del derecho Privado y en concreto con aspectos relacionados con el Derecho Civil y Derecho Mercantil, familiarizándose así con la terminología jurídica y con los contenidos relacionados con la Contratación.

También se pretende fomentar la búsqueda de información con la finalidad de poder aplicarla a la resolución de casos prácticos que se plantan durante las clases, fomentando así mismo la discusión de las distintas soluciones, que puedan darse en un mismo supuesto de hecho en el que se plantee un conflicto jurídico laboral.

02.2 Aplicaciones profesionales relevantes

A través del estudio del material programado, el alumno va a poder recibir la formación necesaria para poder orientarse mejor en el ámbito de la contratación tanto civil como mercantil, cuestión que resulta útil tanto a nivel personal como profesional ya que tiene una relación directa con una parte importante de la actividad empresarial.

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 - 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 asignatura

- RAM1 - El estudiante será capaz de explicar asertivamente los conceptos fundamentales del derecho civil, mercantil, sus fuentes y principios de jerarquía mediante la presentación oral de un trabajo individual.
- 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.
- RAM7 - El estudiante será capaz de interpretar correctamente las normas laborales y su aplicación a las diferentes situaciones y conflictos con los trabajadores, mediante trabajos grupales prácticos.
- 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. Fundamentos del Derecho y del Ordenamiento Jurídico

- 1.1. Concepto y funciones del Derecho
- 1.2. Derecho objetivo y subjetivo
- 1.3. Fuentes del Derecho
- 1.4. Clasificación general del Derecho: público y privado
- 1.5. Introducción al Derecho Civil y Mercantil

Tema 2. Introducción al Derecho Civil

- 2.1. Concepto, evolución y ramas del Derecho Civil
- 2.2. Las personas: personalidad jurídica y capacidad
- 2.3. El domicilio, el estado civil y el Registro Civil
- 2.4. El patrimonio: bienes, derechos y obligaciones
- 2.5. Sucesiones y regímenes económicos matrimoniales (nociones básicas)

Tema 3. Contratación en el Derecho Civil

- 3.1. Teoría general del contrato
- 3.2. Elementos esenciales del contrato

- 3.3. Tipos de contratos civiles
- 3.4. Efectos e interpretación de los contratos
- 3.5. Causas de nulidad, anulabilidad e ineficacia contractual

Tema 4. Introducción al Derecho Mercantil

- 4.1. Concepto y fuentes del Derecho Mercantil
- 4.2. El empresario y la empresa
- 4.3. Actos de comercio y contratos mercantiles
- 4.4. Sociedades mercantiles: tipologías básicas
- 4.5. El Registro Mercantil

Tema 5. El Derecho del Trabajo

- 5.1. Concepto y principios del Derecho Laboral
- 5.2. Fuentes del Derecho del Trabajo
- 5.3. Sujetos de la relación laboral
- 5.4. La representación legal de los trabajadores
- 5.5. Los convenios colectivos

Tema 6. El Contrato de Trabajo

- 6.1. Definición y elementos esenciales
- 6.2. Tipos de contratos laborales
- 6.3. Derechos y deberes de las partes
- 6.4. Modificación, suspensión y extinción del contrato
- 6.5. El despido y sus tipos

Tema 7. Las Relaciones Laborales

- 7.1. Relaciones laborales individuales y colectivas
- 7.2. El conflicto laboral: mediación y arbitraje
- 7.3. Inspección de trabajo y sanciones
- 7.4. Jurisdicción social y procedimientos
- 7.5. Tendencias actuales del 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
Seguimiento con el tutor	40 %
Informe Final de la actividad	20 %
Defensa Oral de la actividad	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

- Tratado de la Unión europea, Directivas europeas y jurisprudencia del Tribunal europeo de derechos humanos www.curia.europa.eu
- Manuel Alvadalejo. Derecho Civil II. Derecho de Obligaciones. 14a Edición
- Aurelio Menéndez. Lecciones de Derecho Mercantil. Ed. Thomson- Civitas. Sexta ed.
- Alberto Bercovitz Rodríguez- Cano. Apuntes de Derecho Mercantil. Ed. Thomson-Aranzadi.9ª Edición.
- Del Pozo Carrascosa, Pedro, Vaquer Aloy, Antoni, Bosch Capdevila, Esteve. Derecho Civil de Cataluña, Derechos Reales, Marcial Pons-2018.
- Código Civil y anexos legislativos: Ley de Consumidores y Usuarios. Ley sobre Condiciones Generales de la Contratación. Ley de Contratos de ... del Menor (Derecho - Práctica Jurídica) – 13 sep 2018- de Ruiz-Rico Ruiz, José Manuel (Autor, Coredactor).
- Códigos La LEY: Código de Comercio y Leyes Mercantiles 2019. Redacción La LEY y Alonso Ureba.

8.1 Bibliografía complementaria

- Lecciones de derecho civil patrimonial, María José SANTOS MORÓN (coord.), Segunda Edición 2017, Editorial Tecnos.
- Lecciones de derecho mercantil (21ª ED.) Guillermo J. JIMENEZ SANCHEZ; Alberto DIAZ MORENO, 2018, Editorial Tecnos
- Constitución española y jurisprudencia del tribunal constitucional