

Grado en Marketing y Comunicación Digital

Asignatura: Derecho Digital

Materia: Derecho

Créditos: 6 ECTS

Programa: Grado

Modalidad: Presencial

Curso: Tercero

Semestre: Primero

1. Índice

1. Índice	2
2. Presentación.....	3
3. Resultados de aprendizaje de la titulación	4
4. Resultados de aprendizaje de la materia.....	5
5. Contenidos.....	5
6. Metodología.....	¡Error! Marcador no definido.
7. Evaluación	¡Error! Marcador no definido.
8. Bibliografía	5

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 adquiriera 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

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.

En particular:

- El derecho digital
- La protección de datos
- La economía colaborativa
- La competencia desleal

- La propiedad intelectual
- La creación de un mercado único digital europea

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 %

Al calcular la nota final, las actividades de evaluación continua la asignatura (participación, pruebas en clase, casos de seminarios y proyectos en grupo, examen parcial) se ponderarán sólo si la nota del examen final es igual o superior a 4,0. Por tanto, para obtener una nota aprobatoria de la asignatura, la nota del examen final deberá ser igual o superior a 4,0. Si la nota del examen final es inferior a 4,0, la nota del examen final pasa a ser la nota final del curso, independientemente del resto de notas. Los estudiantes deben realizar el examen final si quieren recibir una evaluación cuantitativa del curso. Los estudiantes que no se presenten al examen final recibirán una calificación general del curso de "No presentado".

"La calificación máxima que los o las estudiantes podrán obtener en las pruebas de reevaluación [...] será de 5,0. Además, "la calificación de las pruebas de reevaluación constituirá, en todo caso, la calificación final de la asignatura". **Así, únicamente tendrán derecho a examen aquellos estudiantes que, habiendo cumplido con el examen parcial, el examen final y haber realizado el 100% de las actividades de evaluación continua de la asignatura, estén suspendidos (nota final de la asignatura inferior a 5)."**

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.

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

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.