

Ficha Técnica: Derecho
Curso 2025/2026

Asignatura

Nombre Asignatura	Derecho
Código	100000248
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2020)
Carácter	BÁSICA
Curso	2

Datos Generales

» PROFESORADO

» CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

DESCRIPCIÓN ASIGNATURA:

La asignatura de Derecho introduce al alumno en los conceptos generales e instituciones jurídicas básicas, y en las diferentes ramas del ordenamiento jurídico.

Está dividida en tres partes: la primera, "conceptos jurídicos básicos", pretende introducir al alumno en la terminología y en la estructura y funcionamiento del ordenamiento jurídico español. La segunda, "Derecho privado", presenta las instituciones civiles y mercantiles más importantes. Y la tercera, "Derecho público", está dedicada al derecho constitucional y derecho penal, y explica la organización del Estado y sus distintas funciones.

Es una asignatura propedéutica que pretende formar al alumno en los conceptos básicos para poder abordar los principales problemas jurídicos relacionados con su formación profesional específica. Es una asignatura central para poder comprender Legislación Aplicada y otras asignaturas relacionadas con la legislación.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS:

Manejar los conceptos básicos del entorno de la publicidad adquiridos durante el primer año del Grado, así como los conocimientos históricos, sociales y políticos desarrollados en los estudios preuniversitarios.

El aprendizaje de sus contenidos implica el conocimiento y dominio de los conceptos, tanto de carácter técnico-científico como deontológico. Es necesario que el alumno lleve a cabo un seguimiento habitual de la actualidad empresarial y publicitaria.

» OBJETIVOS TEÓRICOS

1. Adquisición de los conocimientos básicos acerca del ordenamiento jurídico español y europeo

en materia de publicidad.

2. El alumno debe ser capaz de aplicar a su profesión las normas jurídicas existentes relativas a la actividad publicitaria.
3. Adquisición de un sentido crítico que permita al alumno enjuiciar la licitud e ilicitud de los actos publicitarios en función de la legislación vigente.
4. Ser capaz de analizar la publicidad desde una perspectiva jurídica

➤ **OBJETIVOS PRÁCTICOS**

1. Capacidad para realizar un análisis crítico sobre la naturaleza de la comunicación publicitaria con respecto a las normas jurídicas específicamente aplicables y a los códigos deontológicos de la profesión.
2. Capacidad para la localización, recuperación y uso de la información, así como proporcionar una visión de la situación actual de la documentación en sus distintas facetas.
3. Capacidad para expresarse en el lenguaje técnico jurídico del derecho relacionado con el periodismo.
4. Adquirir la capacidad para conocer el alcance y los límites del derecho a la publicidad.
5. Presentación de problemas relacionados con las fuentes del Derecho, las normas jurídicas y la prácticas jurisprudencial y doctrinal sobre problemas de la comunicación publicitaria.

➤ **COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

Conocimientos básicos del Derecho: de la norma jurídica, el ordenamiento jurídico, estructura de la Ciencia del Derecho, Nociones jurídicas básicas y Derechos Fundamentales.

Competencias Generales:

CG5

Competencias Específicas

CE12

Competencias Transversales:

CT1. CT2. CT3. CT4. CT5. CT6.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

Aproximación al Derecho

Las acepciones del término derecho. Otros órdenes normativos distintos del derecho.

Ética y deontología. La norma jurídica. Concepto, expresión y contenido.

La estructura de la norma. Los principios de jerarquía y de competencia de las normas.

El desarrollo temporal de la norma jurídica.

Vigencia y derogación de normas.

El ordenamiento jurídico. Concepto. El ordenamiento jurídico como sistema. La coherencia del ordenamiento

jurídico. La plenitud del ordenamiento jurídico.

Fuentes del Derecho español

Ley. Costumbre. Principios Generales del Derecho. Jurisprudencia.

Precedente administrativo. Normativa de la Unión Europea.

Estructura de la Ciencia del Derecho

Derecho Público y Derecho Privado. Las ramas del Derecho.

Nociones jurídicas básicas

Persona física. Capacidad jurídica y capacidad de obrar en la persona física.

El principio y el fin de la persona física: nacimiento y muerte. La capacidad de obrar de la persona física. Los estados civiles. El Registro civil.

Persona jurídica. Concepto y tipología. Representación. Registro mercantil.

La familia y el matrimonio

La familia. El matrimonio. Relaciones personales y patrimoniales entre cónyuges.

La relación jurídica y el negocio jurídico La relación jurídica .El negocio jurídico.

Obligaciones y contratos

La obligación. El contrato. Tipos de contrato

Herencia y donaciones

Testamento. Herencia. Donaciones

Propiedad, posesión y derechos reales

Cosa, posesión y propiedad. Clases de cosas. Modos de adquirir la propiedad.

Derechos reales en cosa ajena

Los derechos fundamentales

Concepto y denominación. Tipología. Los derechos humanos en la Constitución Española de 1978. Garantías.

Descripción de las competencias

Conocimientos básicos del Derecho: de la norma jurídica, el ordenamiento jurídico, estructura de la Ciencia del Derecho, Nociones jurídicas básicas y

Derechos Fundamentales.

Conocimiento de la importancia del Derecho en el mundo de la Publicidad y Relaciones Públicas.

» ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases magistrales o teóricas	40	100%

Clases prácticas	30	100%
Trabajo autónomo del alumno	80	0%
TOTAL	150	

➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

I.-CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1.-Primera Convocatoria Ordinaria:

El sistema de evaluación continua permitirá al alumno alcanzar la nota final de la asignatura, en función de las calificaciones que vaya adquiriendo a lo largo de todo el curso con el desarrollo de las actividades programadas y el valor de cada una de ellas(1) Ver cuadro.

2.-Convocatoria extraordinaria:

En caso de suspender en la convocatoria ordinaria, el alumno se examinará de todo el contenido materia de examen, pero la evaluación continua podrá ser recuperable entregando la totalidad de los trabajos y actividades que constituyen el contenido de la Evaluación Continua, antes de la fecha prevista para el exámen extraordinario.

3.- Segundas y sucesivas matrículas: El alumno estará exento de la asistencia y participación pero se tendrá en cuenta para la calificación final, la puntuación obtenida como evaluación continua, mediante la presentación de los trabajos y actividades, antes de la fecha prevista para el examen en convocatoria ordinaria y extraordinaria.

4.- No presentado: La calificación de "no presentado" no consume convocatoria. Cuando un estudiante haya sido evaluado de un conjunto de pruebas previstas en la Guía Docente que abarquen el 30 por 100 de la ponderación de la calificación, ya no será posible considerarle como "no presentado" en la asignatura.

5.-Normas sobre Redacción y ortografía:

Normas aplicables a la redacción y a las faltas de ortografía, puntuación y acentuación en los trabajos y exámenes realizados por alumnos de los Grados de Comunicación. La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario.

Normas aplicables

a) Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva.

b) La ortografía será juzgada en su totalidad ¿letras, tildes y signos de puntuación? y valorada dentro de la capacidad de expresión del alumno.

c) Hechas estas consideraciones generales, se establecen las normas siguientes:

- i. Por cada falta de ortografía, incluidas las tildes, se deducirá medio punto de la calificación del ejercicio.
- ii. Cuando se repita la misma falta de ortografía, se contará como una sola.
- iii. Por la reiteración de errores de puntuación se podrán deducir hasta dos puntos de la calificación del ejercicio, según la apreciación del corrector.

Estas normas se establecen con el carácter de mínimas y sin perjuicio de las exigencias adicionales que pueda fijar cada profesor en función de los contenidos y objetivos de sus respectivas asignaturas.

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE NOTA FINAL
Pruebas objetivas: Test autoevaluación, pruebas parciales y examen final	60%
Asistencia y participación activa en clase	20%
Trabajos, prácticas y lecturas	20%
TOTAL	100%

➤ BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Santaella López, M. (2003). "Derecho de la publicidad", Madrid: Thomson Civitas.

De la Cuesta Rute, J.M. (2002). "Curso de derecho de la Publicidad", Pamplona: Eunsa.

Complementaria

Carrasco Andrino, M^a. M. (2000). "La publicidad engañosa y el Derecho Penal (una aproximación al tipo del artículo 282 del C.P.)" en Ediciones Revista General del Derecho, Valencia.

Cuerda Riezu, A. (1995). "Contribución a la polémica sobre el delito publicitario", en Estudios sobre consumo, XI (35), pp. 67 y ss.

Lema Devesa, C. y Gómez Montero J. (2010). Código de Publicidad (5^a Ed.), Madrid: Marcial Pons.

Lema Devesa, C. (2007). Problemas jurídicos de la Publicidad, Madrid: Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales S.A.

Méndiz Noguero, A. (2003). "La publicidad (I)", en Bel Mallen, I., Corredoira y Alfonso, L. Derecho de la

Información, Madrid: Ariel Comunicación. Pp. 455-481.

Méndiz Noguero, A. (2003). "La publicidad (II)", en Bel Mallen, I., Corredoira y Alfonso, L. Derecho de la

Información, Madrid: Ariel Comunicación. Pp. 483-506.

Moreno y Bravo, E. (2001). El delito de publicidad falsa, Barcelona: Bosch.

Sierra López, M.V. (2003). Análisis jurídico-penal de la publicidad engañosa en Internet, Valencia: Tirant lo

Blanch.

Lázaro Sánchez, E.J. [Coord.] (2011). "Los contratos publicitarios", Pamplona: Aranzadi.

RECURSOS WEB DE UTILIDAD:

Congreso de los Diputados: www.congreso.es

Senado: www.senado.es

Boletín Oficial del Estado: www.boe.es

Consejo General del Poder Judicial: www.poderjudicial.es

Tribunal Constitucional: www.tribunalconstitucional.es

BBDD JURÍDICAS

VLEX: www.vlex.es

ARANZADI: www.aranadidigital.es

TIRANT LO BLANCH: www.tirantloblanch.es

LA LEY: www.laleydigital.es

WESTALW INTERNACIONAL: www.westalw

LA GUÍA DE MEDIOS DIGITAL: <http://www.guiademediosdigital.com>

TV ANUNCIOS: <http://www.tvanuncios.com>

➤ HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

TUTORIAS:

Ofrecerán apoyo y asesoramiento personalizado para abordar las tareas encomendadas en todas las actividades formativas.

El profesor aprovechará estas tutorías para desarrollar su papel preactivo y proactivo en la docencia con el fin de lograr los objetivos propuestos.

En la plataforma BBC, dentro del portal del alumno, se publica el horario para las tutorías individualizadas con el profesor.

HORARIOS DE CLASES Y CALENDARIO DE EXÁMENES:

Publicados en la plataforma de Universitas XXI accesible para los alumnos desde su portal de servicios.

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

La confección y revisión de la presente Guía Docente de la asignatura DERECHO, se han preparado de conformidad con la Memoria Verifica del Grado en Publicidad de la Universidad Villanueva.