



Marco legal aplicado al  
Marketing y la Comunicación  
/ The legal framework  
applied to marketing and  
communication

**Grado en Marketing**  
**2023-24**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Marco legal aplicado al marketing y la comunicación / The legal framework applied to marketing and communication

**Titulación:** Grado en Marketing

**Curso académico:** 2023-24

**Carácter:** Básica

**Idioma:** Español / inglés

**Modalidad:** Presencial / A distancia

**Créditos:** 6

**Curso:** 2º

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** Dr. D. Raúl Vicente Gámez Álvarez

## 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### 1.1. Competencias

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Capacidad para utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Desarrollar habilidades de aprendizaje que permitan emprender acciones con un alto grado de autonomía.
- Demostrar la capacidad de liderar y gestionar eficazmente proyectos, asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- Conocer y comprender los fundamentos específicos del ordenamiento jurídico, del marco regulatorio y de la ética profesional en el ámbito del marketing y la comunicación.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.
- Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.

## 1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá:

- Conocer el marco legal del marketing.
- Conocer el marco legal de Internet: páginas web, redes sociales
- Conocer las distintas figuras publicitarias.
- Resolución de casos prácticos.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Ninguno.

### 2.2. Descripción de los contenidos

Conocimiento del marco jurídico, las normas de regulación del sector y los principios de la ética profesional propugnados por las principales asociaciones, instituciones y organismos. Revisión de la legislación vigente del ámbito de la publicidad y las Relaciones Públicas

### 2.3. Contenido detallado

La asignatura se impartirá a través de los siguientes nueve módulos:

#### **MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN**

- 1.1. Aspectos jurídicos
- 1.2. Marco normativo

#### **MÓDULO 2: PÁGINAS WEB Y CONTENIDOS EN INTERNET**

- 2.1. Prestadores de sociedad de la información y medios sociales
- 2.2. Textos legales de páginas web
- 2.3. Propiedad intelectual
- 2.4. Propiedad industrial
- 2.5. Protección jurídica de los nombres de dominio

#### **MODULO 3: DERECHO AL HONOR, INTIMIDAD Y PROPIA IMAGEN**

- 3.1. Concepto del derecho al honor, intimidad y propia imagen
- 3.2. Casos reales
- 3.3. Libertad de expresión vs derecho al honor, intimidad y propia imagen

#### **MODULO 4: PROTECCIÓN DE DATOS**

- 4.1. Concepto de dato de carácter personal
- 4.2. Regulación jurídica y ámbito de aplicación de la normativa
- 4.3. Figuras implicadas en un tratamiento de datos personales
- 4.4. Deber de información y bases de legitimación
- 4.5. Derechos de los interesados
- 4.5. Derecho al olvido y hemerotecas digitales

#### **MODULO 5. LOS CONTRATOS PUBLICITARIOS**

- 5.1. El contrato de publicidad
- 5.2. El contrato de creación publicitaria
- 5.3. El contrato de difusión
- 5.4. El contrato de patrocinio

5.5. Otros contratos publicitarios

### **MÓDULO 6: LA PUBLICIDAD ILÍCITA**

- 6.1. Publicidad contraria a la dignidad de la persona
- 6.2. Publicidad subliminal o encubierta
- 6.3. Publicidad engañosa, desleal y agresiva
- 6.4. Publicidad comparativa
- 6.5. Publicidad denigratoria

### **MÓDULO 7: PUBLICIDAD EN SECTORES REGULADOS**

- 7.1. Bebidas alcohólicas
- 7.2. Tabaco y cigarrillos electrónicos
- 7.3. Medicamentos y productos sanitarios
- 7.4. Videojuegos
- 7.5. Menores

### **MÓDULO 8: FIGURAS PUBLICITARIAS**

- 8.1. Emplazamiento de producto
- 8.2. Publicidad nativa
- 8.3. Patrocinio
- 8.4. Publireportaje
- 8.5. Branded content
- 8.6. Marketing de afiliación.

### **MÓDULO 9: MEDIOS DIGITALES**

- 9.1. Comunicaciones comerciales por medios electrónicos
- 9.2. Marketing en redes sociales
- 9.3. Marketing en buscadores
- 9.4. Marketing B2B
- 9.5. Marketing de influencers
- 9.6. Publicidad mobile
- 9.7. Cookies
- 9.8. Concursos y sorteos en redes sociales

## **3. SISTEMA DE EVALUACIÓN**

### **3.1. Sistema de calificaciones**

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

### 3.2. Criterios de evaluación

#### Convocatoria ordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación
SE1. Asistencia y participación	10%
SE2. Prueba parcial	10%
SE3. Actividades académicas dirigidas	30%
SE4. Prueba final presencial	50%

#### Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima
SE1. Asistencia y participación	10%
SE3. Actividades académicas dirigidas	30%
SE3. Prueba final presencial	60%

### 3.3. Restricciones

#### Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre en la convocatoria extraordinaria.

#### Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

#### Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables ocasionará que se resten puntos en dicho trabajo.

### 3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

## 4. BIBLIOGRAFÍA

Martínez Escribano, C., Herrero Suárez, C., Martín García, L., Hernández-Rico, J.M. (2015). *Derecho de la Publicidad*. Valladolid. Lex Nova.

AAVV (Lázaro Sánchez, E.J. coord.). (2012). *Derecho de la Publicidad*. Cívitas-Thomson Reuters.

ECIJA, Memento Práctico Derecho de las nuevas tecnologías, Madrid, Lefebvre- El Derecho. 2020-2021.

Páginas web de interés:

- [www.autocontrol.es](http://www.autocontrol.es)

- [www.anunciantes.com](http://www.anunciantes.com)
- [www.ampemedios.es](http://www.ampemedios.es)
- [www.creatividadtransformadora.es](http://www.creatividadtransformadora.es)

## 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dr. D. Raúl Vicente Gámez Álvarez
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctor en Derecho
Correo electrónico	r.gamez@nebrija.es
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abogado en ejercicio especializado en la asesoría jurídica a empresas y clubs deportivos organizadores de eventos.</li> <li>- Asesor de empresas en el ámbito mercantil.</li> <li>- Profesor de Postgrado en Máster Organización y Dirección de Eventos en la Universidad Nebrija.</li> </ul>