

DOBLE GRADO EN TURISMO Y COMERCIO

Asignatura	Derecho Mercantil	Código	801934
Módulo	Actividad comercial y turística	Materia	Entorno de la actividad comercial y turística
Carácter	Obligatoria	Créditos	9
Plan de estudios	DT12 – Doble Grado en Turismo-Comercio (2016-17)	Curso y Semestre	Segundo Segundo

Departamento responsable	Derecho Mercantil Financiero y Tributario
Coordinador/a de la asignatura	Isabel Hevia-Aza Suárez
Curso académico	2021/2022

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR
El alumno se formará en diversos aspectos del ámbito empresarial que le permitirán desempeñar su función con seguridad jurídica y responsabilidad en los ámbitos de derecho del mercado, la empresa y las sociedades; conocerá los instrumentos del tráfico empresarial (contratos y títulos valores) y aprenderá el régimen legal aplicable a las crisis económicas de las empresas (el procedimiento concursal)
CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS
Algunas nociones básicas de Derecho Civil
OBJETIVOS FORMATIVOS
Resultados de aprendizaje
<ul style="list-style-type: none"> - Deberán haber aprendido los principios básicos del derecho y su papel en la actividad comercial, económica y empresarial. - Serán capaces de manejar e interpretar textos legales relacionados con la actividad que vayan a realizar. - Serán capaces de utilizar la terminología jurídica que les permita relacionarse con los asesores jurídicos. - Podrán comprender la figura y los derechos del consumidor dentro de la actividad comercial.
COMPETENCIAS

Generales

CG1	Saber reunir e interpretar datos sociales y económicos relevantes para la función comercial de forma que puedan emitir juicios sobre temas relevantes de índole comercial.
CG2	Alcanzar habilidades de comunicación, cooperación interpersonal y trabajo en equipo con el objetivo de desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la función comercial.
CG3	Conocer y comprender distintas realidades culturales para establecer contactos con el fin de desarrollar mercados a nivel internacional e, incluso, global de los países implicados y adaptar las distintas estrategias comerciales tanto al consumidor como a la sociedad donde se desenvuelve.
CG4	Comprender y aplicar los mecanismos y técnicas de planificación, análisis de información, negociación, simulación, decisión y control en la relación comercial, teniendo como base la estrategia comercial de la empresa.
CG5	Desarrollar las capacidades conceptuales y operativas de futuros gestores y directivos comerciales.
CG6	Saber comportarse con una actitud responsable ante los mercados y los consumidores con el fin de aplicar las estrategias y técnicas que se aprendan con el necesario cuidado por la norma y la ética profesional y respeto por el mercado y la sociedad en general.
CG7	Aprender a aprender, por ejemplo saber cómo, cuándo, dónde... nuevos desarrollos personales son necesarios (por ejemplo, la retórica, las presentaciones, el trabajo en equipo o la gestión de personal).

Específicas:

CE1 - Conocer y entender el marco jurídico de la actividad en la que realizarán sus funciones comerciales con el fin de aprender a manejar e interpretar textos legales relacionados con sus actividades, usa la terminología jurídica y poder aplicar estos conocimientos a una relación responsable con la sociedad y comprometida con los principios normativos.

CE2 - Ser capaces de distinguir los elementos integrantes de la empresa desde una perspectiva de sistema para conocer su organización y la interrelación de estos elementos, así como la creación de nuevas empresas, con el fin de identificar los factores clave y poder intervenir para alcanzar la máxima eficiencia y eficacia e dicha organización aplicando los principios de responsabilidad social.

CE3 - Saber gestionar y dirigir la fuerza de ventas que opera en una organización y aplicar los principios básico de esta materia en la gestión de equipos comerciales eficientes y responsables, es decir, que respeten los principios básicos de igualdad de género y oportunidades, con el fin de aplicar técnicas de negociación y persuasión y, de esta forma, poder cerrar acuerdos comerciales satisfactorios.

I. PROGRAMA

PARTE I. INTRODUCCIÓN

Tema 1-Concepto y fuentes del Derecho Mercantil

- 1.1 Concepto del Derecho Mercantil.
- 1.2 Fuentes del Derecho Mercantil.

PARTE II EMPRESA Y EMPRESARIO

Tema 2- Empresa, empresario y establecimiento mercantil

- 2.1 Empresa: concepto y caracteres.
- 2.2 Concepto de empresario .Notas características. Consecuencias y estatuto jurídico.
- 2.3 Clases de empresarios.
- 2.4 Capacidad. Prohibiciones o restricciones al ejercicio de la actividad empresarial.
- 2.5 Responsabilidad del empresario.
- 2.6 Los colaboradores del empresario. Especial referencia al factor mercantil. Dependientes y mancebos.
- 2.7 El empresario extranjero.
- 2.8 Pérdida de la condición de empresario.
- 2.9 El establecimiento mercantil.
- 2.10 Arrendamiento de local de negocio.

Tema 3 Registro Mercantil

- 3.1 Organización y estructura.
- 3.2 Registros Mercantiles Territoriales.
- 3.3 Registro Mercantil Central.

Tema 4 Derecho de la Competencia y Consumo

- 4.1 Protección contra la competencia desleal.
- 4.2 Defensa de la libre competencia.
- 4.3 La publicidad comercial privada como instrumento de la competencia.
- 4.4 Límites a la libre competencia. La propiedad industrial: el nombre comercial, las marcas, el rótulo de establecimiento, las patentes de invención y otros derechos.
- 4.5 La protección de los consumidores.

PARTE III LAS SOCIEDADES

Tema 5 Sociedad mercantil en general y Sociedades Personalistas

- 5.1 La sociedad mercantil en general.
- 5.2 La sociedad colectiva
- 5.3 La sociedad comanditaria simple.

Tema 6 Sociedades de Capital

- 6.1 Caracteres generales.
- 6.2 La sociedad unipersonal
- 6.3 Los grupos de sociedades.
- 6.4 La constitución de las sociedades de capital.
- 6.5 Las aportaciones sociales.
- 6.6 Las participaciones sociales y acciones
- 6.7 Los Órganos de la sociedad: Junta General y Administradores.
- 6.8 Las cuentas anuales.
- 6.9 La modificación de los estatutos sociales. Aumento y reducción de capital.
- 6.10 Separación y exclusión de socios.
- 6.11 Las modificaciones estructurales de las sociedades mercantiles
- 6.12 Disolución y Liquidación
- 6.13 Las Obligaciones
- 6.14 La sociedad Nueva Empresa
- 6.15 La sociedad anónima europea
- 6.16 Las sociedades anónimas cotizadas.

Tema 7 Sociedades de base mutualista y uniones de sociedades

- 7.1 Sociedades de base mutualista: cooperativas, mutuas de seguros y sociedades de garantía recíproca.
- 7.2 Tipología de las uniones de sociedades. Especial referencia al Derecho Español (UTE y AIE).

PARTE IV LOS CONTRATOS MERCANTILES

Tema 8 Teoría General de las obligaciones y contratos mercantiles.

Tema 9 El Contrato de Compraventa y contratos afines

- 9.1 Del contrato de compraventa en general.
- 9.2 Compraventas especiales. En particular la compraventa a plazos. y Compraventas especiales en la Ley del Comercio.
- 9.3 Compraventa internacional.
- 9.4 Contratos afines a la compraventa: Permuta, estimatorio y suministro.

Tema 10 Contratos de colaboración

- 10.1 Contrato de comisión.
- 10.2 Contrato de mediación o corretaje.
- 10.3 Contrato de agencia.
- 10.4 Contratos publicitarios.
- 10.5 Contrato de concesión mercantil.
- 10.6 Contrato de franquicia (Franchising).
- 10.7 Contrato de arrendamiento financiero (Leasing).
- 10.8 Contrato de factoría (Factoring).

Tema 11 Régimen jurídico del mercado de valores

- 11.1 Organización del Mercado de Valores: La Comisión Nacional del Mercado de Valores. El mercado primario. Los mercados secundarios oficiales. Especial referencia a la organización de las Bolsas de Valores. Las empresas de servicio de inversión.
- 11.2 Ofertas públicas de adquisición de valores (OPAS). Y las OPV.
- 11.3 Los contratos en los mercados de valores.

Tema 12 Contratos de depósito, préstamo, cuenta corriente mercantil y contratos de crédito a los consumidores.

- 12.1 Contrato de depósito mercantil.
- 12.2 Contrato de préstamo mercantil.
- 12.3 Contrato de cuenta corriente mercantil.
- 12.4 Contrato de crédito a los consumidores.

Tema 13 Las entidades de crédito y los contratos bancarios

- 13.1 Las entidades de crédito.
- 13.2 El contrato bancario en general: caracteres y clasificación.
- 13.3 Apertura de crédito ordinaria.
- 13.4 Apertura de crédito impropia o a favor de tercero. El crédito documentario.
- 13.5 El contrato de descuento.
- 13.6 Depósitos bancarios.
- 13.7 Otros contratos bancarios.

Tema 14 El contrato de transporte

- 14.1 Consideraciones generales.
- 14.2 Transporte terrestre de cosas.
- 14.3 Transporte terrestre de personas.

Tema 15 El contrato de seguro

- 15.1 El contrato de seguro en general.
- 15.2 Tipología del seguro: Seguro contra daños y seguros de personas.

PARTE V LOS TÍTULOS VALORES

Tema 16 Los títulos valores en general

- 16.1 Concepto, función y regulación.
- 16.2 Caracteres del derecho incorporado al título.
- 16.3 La declaración contenida en el título y la relación subyacente o causal.
- 16.4 Clases de títulos valores.
- 16.5 La sustitución de los títulos valores por anotaciones contables.

Tema 17 La letra de cambio

- 17.1 Consideraciones generales.
- 17.2 Requisitos formales de la letra.
- 17.3 Letra incompleta y letra en blanco.

- 17.4 Requisitos materiales de las declaraciones cambiarias: capacidad y representación.
- 17.5 Documentos: modelo oficial, suplemento, duplicados y copias.
- 17.6 Relaciones extracambiarias. Especial referencia a la letra de favor.

Tema 18 Distintas declaraciones cambiarias y cumplimiento de las obligaciones.

- 18.1 Aceptación.
- 18.2 Endoso.
- 18.3 Aval
- 18.4 Presentación de la letra al pago.
- 18.5 Pago de la letra. El Protesto
- 18.6 Acciones cambiarias.
- 18.7 Acciones extracambiarias.
- 18.8 Excepciones.

Tema 19 El Pagaré y el Cheque

- 19.1 El Pagaré.
- 19.2 El Cheque.

PARTE VI DERECHO CONCURSAL

Tema 20 Crisis económica de las empresas. Nociones de Derecho Concursal.

ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Trabajo guiado	27.5	55 %
Actividades de evaluación: exámenes y participación activa en clase que permitirán al estudiante y al profesor medir las competencias adquiridas en la materia	45	100%
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0%
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0%
Otras actividades	12.5	0%
EVALUACIÓN		
Sistema de evaluación	Participación en la nota final	
Pruebas orales y/o escritas	70%	
Trabajos e informes	20%	
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	10%	

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Podrán emplearse para preparar la asignatura los siguientes Manuales, siempre en la última edición disponible:

SÁNCHEZ CALERO, Principios de Derecho Mercantil, Ed. Aranzadi, Madrid.

DE LA CUESTA RUTE, (Dir.), Derecho Mercantil, Ed. Huygens, Barcelona.

BROSETA-MARTÍNEZ SANZ, Manual de Derecho Mercantil, T. II, Ed. Tecnos, Madrid.

VICENT CHULIA, F. (última edición): *Introducción al Derecho Mercantil*. Editorial Tirant lo Blanch.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Colecciones Legislativas Mercantiles: Código de Comercio y leyes mercantiles complementarias.

Durante el curso se recomendará la lectura y estudio de otros manuales, de diversas obras monográficas y jurisprudencia.

Otros recursos:

Campus Virtual

Bases de datos: Aranzadi-Westlaw, La Ley, Cendoj.

Páginas web: noticiasjuridicas.com, cnmv.es, bde.es, publicidadconcursal.es.

Revistas de especial interés para la asignatura: Revista de Derecho Mercantil, Revista de Derecho Bancario y Bursátil, Revista de Derecho Concursal y Paraconcursal, Anuario de Derecho Concursal, Revista de la Competencia y de la Distribución, Revista del Derecho del Mercado de Valores.

INFORMACIÓN ADICIONAL

ADAPTACIÓN DE LA DOCENCIA DURANTE LA CRISIS SANITARIA PROVOCADA POR COVID-19

Plan Docente de Actuación de la Facultad de Comercio y Turismo para el curso 2021-2022

Ante la situación de crisis sanitaria provocada por COVID-19, el desarrollo de la asignatura se adaptará al modelo de organización de la docencia según diferentes escenarios (docencia presencial, semipresencial o en línea) y actuaciones que se concreten conforme a las directrices marcadas desde el Gobierno, la Comunidad Autónoma de Madrid, la Universidad Complutense de Madrid y la Facultad de Comercio y Turismo.

Información sobre el Plan Docente de Actuación para el curso 2021/2022: <https://comercioyturismo.ucm.es/marco-estrategico-para-la-docencia-crisis-covid-19>

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE

Castellano

OTRA INFORMACIÓN