


Módulo 3: Gestión Integral del Marketing Digital
Denominación de la MATERIA:
M3.1 Marco jurídico, legal y ético en entornos digitales
Créditos ECTS

1 ECTS (25 horas)

Duración, modalidad y ubicación temporal dentro del plan de estudios:

Los contenidos que componen esta materia se imparten a lo largo del primer o segundo cuatrimestre. Modalidad presencial.

Competencias específicas:

CE14 Comprensión de las implicaciones jurídicas, legales y éticas en entornos digitales.

Resultados de aprendizaje:

RA14 Es capaz de comprender las implicaciones jurídicas, legales y éticas en entornos digitales.

Requisitos previos:

No se han establecido requisitos previos.

Breve resumen de los contenidos:

- Fundamentos jurídicos básicos.
- Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.
- Ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.
- Protección de datos de carácter personal (RGPD, LOPDGDD).
- Leyes de regulación publicitaria y Ley de Competencia desleal.
- Propiedad intelectual.
- Propiedad industrial.

Actividades formativas:

- Elaboración de trabajos y/o realización de pruebas individuales y/o grupales: 1 ECTS

Sistema de evaluación:

Todas las materias se evalúan mediante el sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, del proceso de aprendizaje a lo largo del periodo académico:

- Las actividades formativas de presentación de conocimientos y estudio individual se podrán evaluar con pruebas orales y/o escritas que corresponderán como máximo al 40% de la nota final.
- Las acciones formativas dirigidas a la adquisición de las competencias prácticas de las asignaturas se evaluarán a través de la realización de diferentes actividades (trabajos, casos, problemas, etc.) correspondiendo como mínimo a un 60% de la nota final.

Los detalles de evaluación y calificación se harán explícitos en la planificación docente anual de las materias en función de los profesores responsables y de los condicionantes de cada curso.

**Bibliografía:**

- Bragado, C. (2023). Los retos de la propiedad intelectual en el entorno digital. Dykinson.
- Cazorro, V., & Lorente, M. C. (2017). Derecho Digital. J.M Bosch.
- Ley 1/2019, de 20 de febrero, de Secretos Empresariales.
- Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.
- Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial.
- Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes.
- Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios.
- Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.
- Matiz, N. V. (2023). Propiedad intelectual y libertad de expresión en internet, análisis legislativo y jurisprudencial comparado. Olejnik.
- Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
- Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos).
- Valdecantos, M. (2022). Legalidad de los negocios digitales. Anaya.