



Centro adscrito



**GRADO EN DISEÑO DE MODA**

**PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA  
UNIVERSITARIA**

**GUÍA DOCENTE**

**LEGISLACIÓN APLICADA**

**CURSO ACADÉMICO 2018 – 2019**

## 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Título:</b>	Grado en Diseño de Moda
<b>Módulo:</b>	Módulo Ciencias Sociales
<b>Denominación de la asignatura:</b>	Legislación Aplicada
<b>Código:</b>	38022
<b>Curso:</b>	3
<b>Semestre:</b>	PRIMERO
<b>Tipo de asignatura</b> (básica, obligatoria u optativa):	Obligatoria
<b>Créditos ECTS:</b>	3
<b>Modalidad/es de enseñanza:</b>	Presencial
<b>Profesor:</b>	Cristina Paredes
<b>Lengua vehicular:</b>	Español
<b>Página web:</b> <a href="http://www.esne.es">www.esne.es</a>	

## 2. PROFESORADO DE LA ASIGNATURA

<b>Profesor:</b>
Dra. Cristina Paredes
<b>Datos de contacto:</b>
<a href="mailto:cristina.paredes@esne.es">cristina.paredes@esne.es</a>
TUTORÍAS ACADÉMICAS: Solicitar al profesor con antelación a través del correo corporativo confirmando la asistencia con al menos 48h de antelación.

## 3. REQUISITOS PREVIOS

<b>Esenciales:</b>
Los propios del título

**Aconsejables:**

Conocimientos del mercado actual del mundo de la moda

## 4. SENTIDO Y APORTACIONES DE LA ASIGNATURA AL PLAN DE ESTUDIOS

**Campo de conocimiento al que pertenece la asignatura.**

Esta asignatura pertenece al módulo de Ciencias Sociales.

**Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum.**

La asignatura está relacionada transversalmente con el resto de materias, puesto que dota al alumno de la base de conocimientos legales necesarios para el ejercicio de la profesión y la aplicación de los conocimientos adquiridos. Complementa el temario de las asignaturas de “Marketing de Moda”.

**Aportaciones al plan de estudios e interés profesional de la asignatura.**

La asignatura Legislación aplicada aporta un valor importante al Plan de Estudios, ya que es la única disciplina que se ocupa de este tema durante los cuatro años del Grado. En definitiva, explica, desde un punto de vista esencialmente práctico, alejado de concepciones dogmáticas, aquellas parcelas del ordenamiento jurídico español y comunitario, que afectan a las empresas y profesionales del mundo del diseño de moda.

Se examina, así, la empresa y su constitución; los contratos en los que se apoya jurídicamente la labor profesional de los diseñadores; lo relativo a la protección de los diseños; algunas instituciones jurídicas referentes a la publicidad y a la distribución de los productos en el mercado; y la responsabilidad empresarial.

El interés de la asignatura, por lo tanto, estriba en la adquisición de unos conocimientos esenciales sobre el Derecho empresarial que rodea el mundo de la moda, así como en entorno jurídico de España y el mundo.

## 5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE EN RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DESARROLLA LA MATERIA

**COMPETENCIAS GENÉRICAS**

CG1. Tomar contacto con el ambiente social–artístico que rodea la actualidad.  
CG2. Conocer el entorno laboral del diseñador.

**COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

CE1. Reconocer diferentes enfoques acerca del desarrollo y comercialización de un producto o servicio.  
CE2. Relacionar una información variada para formar una opinión propia sobre el fenómeno de la denominada “globalización” y sus términos asociados: sociedad de la información, sociedad red, etc.

CE3. Estudiar y analizar el mercado. El comportamiento del consumidor o las variables e instrumentos del marketing.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON LA ASIGNATURA

- Aplicar intenciones y objetivos al diseño.
- Dar respuestas a cualquier proyecto de diseño que se plantee, dando contenidos técnicos, científicos a lo artístico.

## 6. CONTENIDOS / TEMARIO / UNIDADES DIDÁCTICAS

### Breve descripción de los contenidos

- El creador de moda en el mercado. Posición jurídica.
- La protección intelectual e industrial. Patentes. Marcas. Cesión de derechos.

### Temario detallado

#### BLOQUE I: EVOLUCIÓN DEL DERECHO MERCANTIL Y ADQUISICIÓN DEL ESTADO EMPRESARIO

#### **TEMA1.- CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS DEL DERECHO MERCANTIL.**

#### **TEMA 2.- RÉGIMEN DE LA EMPRESA.**

#### **TEMA 3.-LA ADQUISICIÓN DEL ESTADO DE EMPRESARIO.**

#### BLOQUE II: LA RESPONSABILIDAD DEL EMPRESARIO

#### **TEMA 4.- LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL**

#### **TEMA 5.- LA BÚSQUEDA DEL RIESGO ESCONDIDO.**

#### **TEMA 6.-. LA ETICA Y LA RESPONSABILIDAD PROFESIONAL.**

#### BLOQUE III: REGULACIÓN DE LA COMPETENCIA- EL DERECHO SOBRE LAS CREACIONES INDUSTRIALES- PROTECCIÓN DE LOS SIGNOS DISTINTIVOS DE LA EMPRESA.

#### **TEMA 7.- REGULACIÓN DE LA COMPETENCIA**

#### **TEMA 8.- EL DERECHO SOBRE LAS CREACIONES INDUSTRIALES.**

**TEMA 9.- PROTECCIÓN DE LOS SIGNOS DISTINTIVOS DE LA EMPRESA.**

**7. CRONOGRAMA**

UNIDADES DIDÁCTICAS / TEMAS	PERÍODO TEMPORAL
Tema 1. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS DEL DERECHO MERCANTIL.	Septiembre /Octubre.
Tema 2. EL RÉGIMEN DE LA EMPRESA	Octubre.
Tema 3. LA ADQUISICIÓN DEL ESTADO DE EMPRESARIO	Octubre.
Tema 4. LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL	Noviembre.
Tema 5. LA BUSQUEDA DEL RIESGO ESCONDIDO	Noviembre.
Tema 6. LA ÉTICA Y LA RESPONSABILIDAD PROFESIONAL	Noviembre.
Tema 7. REGULACIÓN DE LA COMPETENCIA	Diciembre.
Tema 8. EL DERECHO SOBRE LAS CREACIONES INDUSTRIALES	Enero.
Tema 9. PROTECCIÓN DE LOS SIGNOS DISTINTIVOS DE LA EMPRESA.	Enero.

**8. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DE ENSEÑANZA**

MODALIDAD ORGANIZATIVA	MÉTODO DE ENSEÑANZA	COMPETENCIAS RELACIONADAS	HORAS PRESENC.	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	TOTAL DE HORAS
Clases teóricas	Exposición de los temas. Explicar planificación de la asignatura: programa, apuntes y bibliografía. Repasos al inicio de la clase. Resolución de dudas: temas y lecturas. Pruebas de evaluación.	CG1, CG2, CE1, CE2, CE3	25	10	35
Clases prácticas	Resolución de ejercicios. Debates sobre los temas y especialmente sobre ejercicios y lecturas. Presentaciones.	CE1, CE2	10	0	10

Pruebas de evaluación.					
Tutorías	Preparación de clase mediante lectura de los temas. Planificación de debates y comentarios mediante la preparación de las lecturas. Resolución de ejercicios. Comentarios y resolución de dudas presencialmente o por correo electrónico.	CG1, CG2, CG3, CE1, CE2, CE3.	5	10	15
Trabajo personal del alumno	Lecturas: preparación y búsqueda de información complementaria. Estudio personal. Preparación de comentarios y debates. Tutorías libres y voluntarias.	CG1, CG2, CG3, CE1, CE2, CE3.	5	20	25

## 9. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
Examen	Selección de contenidos, capacidad de análisis, trabajo en grupo y capacidad de comunicación.	60%
Exposiciones y prácticas parciales	Claridad, selección de contenidos y capacidad de comunicación	30%
Actitud	El nivel de proactividad será medido en función de criterios como; la atención, la puntualidad y la proactividad (está evaluación se producirá de forma individual y no equitativa para los integrantes de cada grupo).	10%

## CONSIDERACIONES GENERALES ACERCA DE LA EVALUACIÓN:

### Asistencia a Clase

- La asistencia a clase es obligatoria. Sin una asistencia demostrada de al menos un 80%, el alumno no podrá presentarse a examen ordinario debiendo acudir a la convocatoria extraordinaria. El porcentaje se calcula partiendo del número total de clases lectivas de la asignatura.
- La Dirección/Coordinación de la Titulación podrá considerar situaciones excepcionales, previo informe documental, debiendo ser aprobadas por la Dirección Académica de ESNE.
- Se exigirá puntualidad al alumno en el comienzo de las clases. Una vez transcurridos 10 minutos de cortesía, el profesor podrá denegar la entrada en el aula. Superado este tiempo, el profesor podrá dejar acceder el alumno al aula pero deberá contar como falta.
- Los dispositivos móviles deberán permanecer apagados/en silencio durante las clases.

### Prácticas

- Los contenidos de dichas prácticas serán los acordes a los temarios y trabajos realizados en clase.
- Se realizarán dos prácticas por semestre. Es decir que una asignatura semestral contará en total con 2 prácticas evaluables y una asignatura anual con 4 ( 2 por semestre ). Salvo en las asignaturas de Confección y Patronaje donde se entregarán 4 prácticas por semestre ( 2 de confección y 2 de patronaje ) , es de 8 en total.
- Las prácticas son obligatorias y se realizarán en los días destinados a entregas de prácticas propuestas por el profesor de dicha asignatura. Siendo dichos periodos de entregas inamovibles y no se admitirán entregas posteriores.
- Todas las prácticas deberán ser entregadas a través del Campus Virtual. En caso contrario, no serán tomadas en cuenta ni serán evaluadas.
- Para que las prácticas puedan hacer media entre sí, todas y cada una de ellas deberán ser entregadas y con un mínimo de 4. En caso contrario, la media matemática no será tomada en cuenta. La media superada de prácticas hará a su vez media con la nota de examen y la de actitud participativa, respetando los porcentajes descritos en esta guía siempre y cuando la nota media en cada una de las partes sea igual o superior a 5.
- En los trabajos en grupo, la calificación será individual por cada alumno, atendiendo a criterios de evaluación de la práctica. Por tanto, miembros de un mismo grupo pueden tener calificaciones diferentes.
- Los trabajos, una vez calificados, deberán ser retirados por los alumnos en el tiempo que se determine.

### Evaluación ordinaria

- La evaluación ordinaria se hará de la asignatura completa.
- En la evaluación ordinaria, los alumnos deberán hacer un examen.
- En la evaluación ordinaria, los alumnos deberán haber presentado todas las prácticas solicitadas durante el curso y calificadas con una media igual o superior a 5 para poder

hacer media aritmética con el examen y la participación.

- Para optar a realizar el examen los alumnos deben tener cubierto el 80% de asistencia.
- Para superar la asignatura es necesario aprobar todas las partes: Examen, Prácticas y actitud participativa. En caso contrario, la media matemática no será tomada en cuenta y el alumno deberá ir a convocatoria extraordinaria.
- En asignaturas anuales, al final del semestre el profesor podrá convocar una presentación o examen liberatorio incluido en el calendario de exámenes.

#### **Evaluación extraordinaria**

- La evaluación extraordinaria se hará de la asignatura completa.
- En la evaluación extraordinaria, los alumnos deberán hacer un examen.
- En la evaluación extraordinaria, los alumnos deberán volver a presentar todas las prácticas solicitadas durante el curso y calificadas con una media igual o superior a 5 para poder hacer media aritmética con el examen y la participación. Las prácticas suspensas deberán haber sido correctamente corregidas para conseguir un aprobado y poder así hacer media entre ellas.
- Para superar la asignatura es necesario aprobar todas las partes: Examen, Prácticas y actitud participativa. En caso contrario, la media matemática no será tomada en cuenta y el alumno deberá ir a convocatoria extraordinaria.

## **10. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA**

### **Bibliografía básica**

- Castells, M. (2005). La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. La Sociedad Red. Madrid. Alianza.
- Gordo, A., Serrano, A. (2008) Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social.
- Arribas, J.M., De Lucas, A., Mañas, B., Ortí, M. (2013) Sociología del consumo e investigación de mercados.
- Armstrong, G. (2011) Introducción al marketing. Prentice-Hall
- Merino, M.J. (2010) Introducción a la investigación de mercados. ESIC.
- Montero, J.M. (2006) Fundamentos de marketing. McGraw-Hill.
- VV.AA. (2008) Publicidad. MacGraw-Hill.

### **Bibliografía complementaria**

[www.marketingdirecto.com](http://www.marketingdirecto.com)  
[www.marketing-jazz.com](http://www.marketing-jazz.com)  
[www.marketingnews.es](http://www.marketingnews.es)

## **11.- OBSERVACIONES**

- Los alumnos matriculados dispondrán de 4 cuatro convocatorias para aprobar la asignatura más otras dos extraordinarias.



- Cuando en el acta de la asignatura el alumno sea calificado como “No Presentado” (NP), se consumirá convocatoria.