

ESCUELA UNIVERSITARIA DE RELACIONES LABORALES DE ELDA	
GUÍA DOCENTE	
CURSO ACADÉMICO	2019/2020

DATOS DE LA ASIGNATURA			
Asignatura	DERECHO DE LA EMPRESA	Código	42610
Titulación	GRADO EN RELACIONES LABORALES Y RECURSOS HUMANOS POR LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE		
Créditos	Tipo	Curso	Periodo
6 ECTS	OBLIGATORIA	SEGUNDO	PRIMER SEMESTRE CURSO 2019/2020

DEPARTAMENTOS Y ÁREAS			
Departamento	Área de conocimiento	Departamento responsable	Responsable Actas
DERECHO MERCANTIL Y DERECHO PROCESAL	DERECHO MERCANTIL	NO	NO

PROFESORADO				
		Grupo	Ubicación despacho	Correo electrónico
Profesor/Profesora responsable	M.ª DOLORES RAMOS CALVO		SALA TUTORÍAS	lola.ramos@ua.es
Profesores/as	M.ª DOLORES RAMOS CALVO		SALA TUTORÍAS	lola.ramos@ua.es

CONTEXTUALIZACIÓN

Tiene como objetivo situar la asignatura en el perfil profesional, en el plan formativo del grado y su coordinación con el resto de asignaturas.

En la asignatura de Derecho de la Empresa se aborda el estudio de la parte general del Derecho Mercantil, el Derecho de Sociedades; los Contratos Mercantiles; el Derecho de los Valores; y el Derecho Concursal. La importancia de esta materia radica en la necesidad que tienen los futuros graduados en Relaciones Laborales y Recursos Humanos de conocer el conjunto de normas jurídico privadas que, dentro del marco de nuestra constitución económica, se ocupan de regular la actividad económica que los empresarios desarrollan a través de las empresas de las que son titulares. En cuanto al sentido y ubicación en el plan de estudios, la asignatura se ubica en el segundo curso, con el fin de dotar de una base jurídica respecto de las estructuras económicas y empresariales que los estudiantes irán adquiriendo conforme avancen en los estudios del Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos.

REQUISITOS DE EVALUACIÓN

No hay requisitos de evaluación.

COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN

- Competencias que figuran en la ficha de la asignatura:
- Competencias generales: CG2, CG4 y CG8.
- Competencias específicas; CE6 CE 8, CE 16 y CE 18.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- Conocer y comprender los aspectos básicos del Derecho de la Empresa y del Mercado, incluyendo el derecho de los valores.
- Conocer los aspectos básicos del derecho de sociedades.
- Conocer y comprender el conjunto de normas jurídicas que desarrollan los contratos mercantiles.
- Conocer y comprender los aspectos básicos que rigen el derecho concursal.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

PARTE GENERAL

LECCIÓN 1.

DERECHO MERCANTIL: DERECHO DE LA EMPRESA Y DEL MERCADO. CONCEPTO Y FUENTES. EMPRESA Y EMPRESARIO: TEORÍA GENERAL.

I. Concepto y contenido sistemático 1. Concepto. 2. Contenido sistemático. 3. Derecho de la Empresa y Derecho del Mercado. II. Fuentes. 1. Jerarquía. 2. La Ley mercantil. 2.1. Ámbito. 2.2. Distribución de competencias entre el Estado y las Comunidades Autónomas. 2.3. Derecho Comunitario. 2.4. Derecho Mercantil Internacional. 3. El uso mercantil. 3.1. Caracterización y clases. 3.2. La nueva lexmercatoria. III. La empresa. 1. Concepto económico de empresa 2. Concepto jurídico de empresa. IV. El empresario. 1. Concepto. 2. Los profesionales liberales. 3. Clases de empresarios. 3.1. Empresario Individual. 3.1.1. Empresario Individual. Adquisición y pérdida de la condición de empresario. 3.1.2. Prohibiciones e incompatibilidades. 3.1.3. El ejercicio de la actividad mercantil por persona casada 3.2. Empresario persona jurídica. 3.2.1. Sociedades mercantiles. 3.2.2 Las asociaciones. 3.2.3. Las fundaciones. 3.2.4. Las empresas públicas. 4. Responsabilidad del empresario 4.1. Consideraciones generales. 4.2. Responsabilidad contractual. 4.3. Responsabilidad extracontractual. 4.3.1. Régimen general. 4.3.2. Responsabilidad del productor. 4.3.3. Responsabilidad por actos de dependientes. 4.4. El “emprendedor de responsabilidad limitada”. V. El consumidor. Derecho del Consumo y Derecho mercantil.

LECCIÓN 2

CONTABILIDAD DE LAS OPERACIONES MERCANTILES.

I. Contabilidad. 1. Contabilidad y Derecho Contable. 2. El deber de contabilidad. II Contabilidad formal. 1. Caracterización. 2. Libros de comercio y de contabilidad. 2.1. Caracterización y clases. Libros obligatorios y facultativos. 2.2. Obligaciones de llevanza de la contabilidad. La legalización. 2.3. Deber de conservación. 3. El secreto de la contabilidad. Comunicación y exhibición. III. Contabilidad material. Las Cuentas Anuales. 1. Caracterización y formación. 2. Composición. Otros documentos. 3. Estructura. 4. Proceso de formación. 5. Depósito y publicidad 6. Cuentas consolidadas. IV. Auditoría de cuentas. 1. Caracterización. 2. Clases de auditoría. 3. La obligación de auditar. 3.1. Supuestos legales de auditoría obligatoria. 3.2. Régimen jurídico de la auditoría obligatoria. 3.3. Obligación de auditar a instancia de parte legitimada. 4. Nombramiento de auditor por el Registro Mercantil. 5 El auditor. 5.1. Caracterización y clases de auditores. 5.2. Adquisición de la condición de auditor. 5.3. El estatuto profesional del auditor. 5.3.1. Disciplina aplicable. 5.3.2. Obligaciones del auditor. 5.3.3. La responsabilidad del auditor. 5.3.4. Derechos del auditor.

LECCIÓN 3

EL REGISTRO MERCANTIL. LA REPRESENTACIÓN EN EL DERECHO MERCANTIL. EL ESTABLECIMIENTO MERCANTIL.

I. El Registro Mercantil. 1. Caracterización. 2. Sujetos y actos inscribibles. 3. Organización. 3.1. Registros mercantiles territoriales. 3.1.1. Titular, circunscripción y funciones. 3.1.2. La calificación registral. 3.1.3. Eficacia de la inscripción respecto del hecho inscrito 3.2. Registro Mercantil Central. Funciones. 4. El BORME. 5. La publicidad. 5.1. Publicidad formal. 5.2. Publicidad material. El principio de oponibilidad. II. La representación. 1. Representación voluntaria, legal y orgánica. 2. La representación voluntaria: auxiliares del empresario. 2.1. Caracterización. 2.2. Clases 2.2.1. El apoderado general. 2.2.2. Los apoderados singulares. 2.2.3. Los representantes de comercio. III. El establecimiento mercantil. 1. Caracterización. 2. El establecimiento mercantil en sentido estricto 2.1. Concepto. 2.2. Clases. 3. El establecimiento mercantil en sentido amplio. La dimensión objetiva de la empresa. 3.1. Concepto y naturaleza. 3.2. Elementos. 3.3 La transmisión.

LECCIÓN 4.

DERECHO DE LA COMPETENCIA. LA PUBLICIDAD COMERCIAL.

I. Derecho de la libre competencia. 1. Concepto económico de competencia y Derecho de la libre competencia. 2. Derecho de la Unión Europea. Ámbito de aplicación. 3. El modelo español. 3.1.

Autoridades autonómicas y Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. 3.2. La aplicación del Derecho de la libre competencia por los Tribunales. 4. Conductas colusorias. 5. Prácticas abusivas. 6. Falseamiento de la libre competencia por actos desleales. 7. Supuestos de dispensa de las prohibiciones. 8. Control de las operaciones de concentración económica. II. La competencia desleal. 1. Aspectos generales. Intereses tutelados. 2. Concepto de competencia desleal. 2.1. La primera cláusula general. 2.2. La segunda cláusula general. 3. Catálogo de supuestos concretos de competencia desleal. 3.1. Actos contrarios a los intereses de los competidores. 3.1.1. Actos de denigración. 3.1.2. Actos de imitación. 3.1.3. Aprovechamiento indebido de la reputación ajena. 3.1.4. Violación de secretos. 3.1.5. Inducción a la infracción contractual. 3.2. Actos contrarios a los intereses de los consumidores. 3.2.1. Consideraciones generales. 3.2.2. Actos de confusión. 3.2.3. Actos de engaño. 3.2.4. Actos de comparación. 3.2.5. Prácticas agresivas. 3.3. Actos contrarios al mercado. 3.3.1. Violación de normas. 3.3.2. Discriminación y dependencia económica. 3.3.3. Venta a pérdida. 4. Acciones. 5. Publicidad Comercial. 5.1. Generalidades. La publicidad ilícita. La publicidad desleal. Remisión. 5.2. Supuestos específicos de publicidad ilícita. 5.3. Acciones. 5.4. El jurado de la publicidad de autocontrol.

LECCIÓN 5.

LA PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL.

I. Propiedad industrial e intelectual: ideas generales. II. Signos distintivos. 1. Caracterización. 2. Las marcas. 2.1. Caracterización. 2.1.1. Concepto y función económica. 2.1.2. Clases. 2.1.2.1. Marca nacional. Marca comunitaria. Marca internacional. 2.1.2.2. Marcas notorias y renombradas. 2.2. Composición. 2.2.1. El signo constitutivo de marca. 2.2.2. Prohibiciones absolutas. 2.2.3. Prohibiciones relativas. 2.3. Nacimiento del derecho sobre la marca. 2.4. Contenido. 2.4.1. Derechos. 2.4.2. Acciones. 2.4.3. Cargas. 2.5. La marca como objeto de derecho de propiedad. Cesión y licencia de la marca. 2.6. Extinción. 2.6.1. Nulidad. 2.6.2. Caducidad. 3. El nombre comercial. 4. El nombre de dominio. 5. Denominaciones de origen e indicaciones geográficas. III. Invenciones y creaciones técnicas. 1. Caracterización y modalidades. 2. Las patentes. 3. Los modelos de utilidad. IV. El diseño. V. Propiedad intelectual.

DERECHO DE SOCIEDADES.

LECCIÓN 6.

SOCIEDADES. CARACTERIZACIÓN. FUNDACIÓN. MODIFICACIONES ESTRUCTURALES.

I. Preliminar. II. Caracterización. 1. Conceptos amplio y estricto de sociedad. 2. Funciones del concepto amplio. III. Sociedades civiles y mercantiles. 1. Mercantilidad objetiva y subjetiva. Noción. 2. Criterios de atribución del carácter mercantil. 3. Clases de sociedades mercantiles. 3.1. Sociedades de personas. 3.2. Sociedades de capital. IV. La fundación de las sociedades. 1. Elementos de la fundación. 1.1. Caracterización. 1.2. El negocio fundacional. 1.2.1. Caracterización. 1.2.2. Elementos esenciales. 1.3. La escritura. 1.4. La inscripción. 2. Nulidad de la sociedad y sociedades de hecho. 2.1. Causas de nulidad. 2.2. Efectos de la nulidad: las sociedades de hecho. 3. Sociedades en formación. 4. Sociedades irregulares. V. Efectos de la fundación. 1. Efecto obligatorio y organizativo. 2. La personalidad jurídica de la sociedad. 3. Crisis y levantamiento del velo de la personalidad jurídica. VI. Denominación. VII. Domicilio y sede electrónica. 1. El domicilio. 2. La sede electrónica. VIII. Nacionalidad. IX. Modificaciones estructurales. 1. Caracterización. 2. Transformación. 2.1. Concepto y caracteres. 2.2. Supuestos. 2.3. Forma y requisitos. 2.4. Efectos. 3. La fusión. 3.1. Caracterización y clases. 3.2. Procedimiento. 3.2.1. Proyecto de fusión. 3.2.2. Acuerdo de fusión. 3.2.2.1. Requisitos. 3.2.2.2. Contenido. 3.2.2.3. Publicación y derecho de oposición. 3.2.2.4. Escritura e inscripción. 3.3. Los efectos de la fusión sobre la responsabilidad de los socios. 4. Escisión de sociedades. 4.1. Delimitación conceptual, supuestos y función económica. 4.2. Régimen jurídico: protección de los socios y de los acreedores. 5. Cesión global de activo y pasivo.

LECCIÓN 7.

DISOLUCIÓN PARCIAL. DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN DE SOCIEDADES. SOCIEDADES PERSONALISTAS.

I. Disolución parcial. II. Disolución. 1. Concepto y clases. 2. Disolución de pleno derecho. 3. Disolución por constatación de la existencia de una causa legal o estatutaria. 4. Disolución por causa no especificada. 5. Publicidad. 6. Reactivación. III. Liquidación. 1. Caracterización. 2. Los liquidadores. 3. Operaciones de la liquidación y división del patrimonio social. IV. Extinción de la sociedad. Activo y pasivo sobrevenido. V. Sociedades personalistas. 1. Sociedad colectiva. 1.1. Concepto y fundación. 1.2. Relaciones jurídicas internas. 1.2.1. Caracterización. 1.2.2. Derechos y obligaciones patrimoniales. 1.2.3. Derechos y obligaciones administrativos. 1.3. Relaciones jurídicas externas. 2. Sociedad comanditaria simple. 3. Cuentas en participación.

LECCIÓN 8.

SOCIEDADES DE CAPITAL (I). CARACTERIZACIÓN Y FUNDACIÓN. RÉGIMEN DEL CAPITAL Y DE LAS APORTACIONES. PARTICIPACIONES SOCIALES Y ACCIONES. OBLIGACIONES.

I. Caracterización y tipos principales. 1. Caracterización. 2. Tipos principales. II. La fundación. 1. Requisitos. 2. Clases de fundación. 2.1. Fundación simultánea. 2.2. Fundación sucesiva. 3. Pactos reservados o parasociales. III. El capital social. 1. Perfil jurídico del capital social: principios. Capital y patrimonio. 2. Funciones. 2.1. Función organizativa. 2.2. Función de garantía. El principio de realidad. 2.3. La inexistente función productiva y la infracapitalización. 2.4. El capital mínimo. IV. La obligación de aportación. 1. Caracterización. 2. Aportación al capital. 3. El desembolso. 4. Prestaciones accesorias. V. Participaciones sociales y acciones. 1. Concepto. 2. Participaciones y acciones como partes alícuotas del capital social. 3. Participaciones y acciones como expresión de la condición de socio. 3.1. Caracterización. 3.2. Contenido. En particular los derechos. Acciones y participaciones privilegiadas y sin voto. Acciones rescatables. 3.3. Naturaleza jurídica. 4. La representación de las acciones. VI. Régimen de transmisión. 1. Transmisión de participaciones. 2. Transmisión de acciones. 3. Ineficacia de la transmisión. VII. Copropiedad y derechos reales. 1. Copropiedad. 2. Derechos reales. 2.1 El usufructo. 2.2. La prenda. 3. El embargo. VIII. Negocios sobre las propias participaciones y acciones. 1. Supuestos y normativa común. 2. Adquisición originaria. 3. Adquisición derivativa. 3.1. La adquisición derivativa en la SA. 3.2. La adquisición derivativa en la SL. 4. Prenda y aceptación en garantía. 5. Asistencia financiera. 6. Participaciones recíprocas. IX. Obligaciones. 1. Concepto y caracteres. Las obligaciones convertibles. 2. Rembolso y rescate.

LECCIÓN 9.

SOCIEDADES DE CAPITAL (II). ÓRGANOS Y MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS.

X. Órganos. 1. La Junta General de Accionistas. 2. El órgano de Administración. 2.1. Caracterización y formas de organización. 2.2. La posición jurídica del administrador. 2.2.1. Nombramiento y requisitos. 2.2.2. Retribución. 2.2.3. Función y competencias. En particular la representación. 2.2.4. Deberes. 2.2.5. Terminación en el cargo. 2.2.6. Responsabilidad. 2.2.6.1. Presupuestos. 2.2.6.2. Acciones. 2.3. El Consejo de Administración. 2.3.1. Composición, nombramiento y funcionamiento. Impugnación de acuerdos. 2.3.2. La delegación de funciones. Consejeros delegados y Comisiones ejecutivas. El director general. 2.4. La administración de la sociedad comanditaria por acciones. XI. Modificación de estatutos. 1. Caracterización y régimen general. 2. Aumento de capital. 3. Reducción de capital. 4. Reducción y aumento de capital simultáneos.

LECCIÓN 10.

TEORÍA GENERAL. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA Y AFINES

I. El contrato mercantil. 1. Concepto. 2. Disciplina aplicable. II. Especialidades en el régimen general de obligaciones. III. Características del régimen general de los contratos mercantiles. 1. La perfección. 1.1. Caracterización. 1.2. La oferta. 1.3. La aceptación. 1.4. Contratación entre ausentes. 2. La forma. 3. La prueba. 4. La interpretación. 5. El cumplimiento. III. Formas especiales de contratación mercantil. 1. Condiciones generales de la contratación. 2. Contratación a distancia. 3. Contratación electrónica. 4. Contratación automática. 5. Contratación fuera de establecimiento mercantil. 6. Contratación con consumidores. 6.1. Caracterización y carácter mercantil. 6.2. Normativa aplicable. II. El contrato de compraventa. 1. Concepto. 2. Perfección. Ventas al gusto y las ventas a ensayo o prueba. 3. El objeto. La venta sobre muestras. 4. El precio. 5. Contenido y cumplimiento. 5.1. Obligaciones del vendedor. 5.1.1. Obligación de entrega. 5.1.2. Obligación de saneamiento. 5.2. Obligaciones del comprador. 5.2.1. El pago del precio. 5.2.2. Obligación de recepción. 6. El riesgo. IV. Contratos afines a la compraventa. En particular el suministro.

LECCIÓN 11.

CONTRATOS DE COLABORACIÓN. CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN. CONTRATOS PUBLICITARIOS.

I. Contratos de colaboración. 1. Comisión. 2. Contrato de mediación. 3. Contrato de agencia. IV. Contratos de distribución. 1. Concepto y normativa aplicable. 2. Clases. 3. Contenido. 3.1. Obligaciones del distribuidor. 3.2. Obligaciones del proveedor. 3.3. Las cláusulas de marca única y compra exclusiva. 4. Extinción. V. La franquicia. VI. Contratos publicitarios. 1. Caracterización. 1.1. Concepto y clases. 1.2. Normativa aplicable. 2. Elementos personales. 2.1. El anunciante. 2.2. La agencia de publicidad. 2.3. Los medios. 3. El contrato de publicidad. 3.1. Concepto. 3.2. Contenido y cumplimiento. 3.2.1. Obligaciones de la agencia de publicidad. 3.2.2. Obligaciones del anunciante. 4. Contrato de creación publicitaria. 4.1. Concepto y normativa aplicable. 4.2. Contenido y cumplimiento. 5. Contrato de difusión publicitaria. 5.1. Concepto. 5.2. Contenido y cumplimiento. 5.2.1. Obligaciones del medio. 5.2.2. Obligaciones del anunciante o de la agencia. 6. Contrato de patrocinio. 6.1. Concepto. 6.2. Contenido y cumplimiento. 6.2.1. Obligaciones del patrocinador. 6.2.2. Obligaciones del patrocinado. 6.2.3. Cláusula de exclusiva. 7. Contrato de reclamo mercantil (merchandising). 8. Contrato de permuta publicitaria (bartering)

LECCION 12

CONTRATOS RELATIVOS AL ALOJAMIENTO TURÍSTICO. CONTRATOS DE RESTAURACIÓN.

I. Contratos relativos al alojamiento turístico. 1. El contrato de gestión hotelera. 1.1. Concepto y caracteres. Normativa aplicable. 1.2. Contenido. 1.2.1. Obligaciones del gestor. 1.2.2. Obligaciones del titular del establecimiento hotelero. 2. Contratos de reservas de plazas de alojamiento en régimen de cupo o contingente. 2.1. Concepto y caracteres. Normativa aplicable. 2.2. Contenido. 3. Contrato de hospedaje. 3.1. Concepto y caracteres. Normativa aplicable. 3.2. Contenido. 3.2.1. Obligaciones del titular del establecimiento hotelero. 3.2.2. Obligaciones del huésped. 4. Contrato de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico. 4.1. Concepto y normativa aplicable. 4.2. Régimen general. 4.2.1. Caracterización. 4.2.2. Publicidad e información. 4.2.3. Derecho de desistimiento y prohibición de anticipos. 4.3. Régimen especial del aprovechamiento por turno de bienes inmuebles de uso turístico. 4.3.1. Caracterización. 4.3.2. El régimen. 4.3.3. El derecho. 4.3.3.1. Caracterización. 4.3.3.2. Constitución. 4.3.3.3. Contenido. 5. Contrato de adquisición de productos vacacionales de larga duración. 6. Contrato de reventa. 7. Contrato de intercambio. II. Contratos de restauración. 1. Contrato de hostelería. 2. Contrato de catering. 3. Contrato de banqueting.

LECCIÓN 13.

CONTRATO DE TRANSPORTE. CONTRATO DE VIAJES COMBINADOS.

I. Cuestiones generales. 1. Caracterización. 2. Clases. II. Transporte de cosas. III. . IV. Transporte de personas. 1. Disciplina aplicable. 2. Concepto. 3. Elementos. 3.1. Personales. 3.1.1. Elementos principales. 3.1.2. Agencias de viaje. 3.1.2.1. Caracterización y normativa aplicable. 3.1.2.2. Actividades y formas de actuación. 3.1.2.3. Clases. 3.2. Elementos reales. 3.3. Elemento formales. El billete. 4. Contenido. 4.1. Obligaciones del viajero. 4.2. Obligaciones del transportista. 4.3. Responsabilidad del transportista. 4.3.1. Transporte terrestre. 4.3.1.1 Transporte ferroviario. 4.3.1.2. Transporte por carretera .4.3.2. Transporte aéreo. 4.3.2.1. Normativa aplicable. 4.3.2.2. Presupuestos y limitaciones. IV. Contrato de viajes combinados. 1. Concepto y disciplina aplicable. 2. Elementos. 2.1 Elementos personales. 2.2 Elementos formales. 3. Contenido. 3.1. Contenido mínimo. 3.2. Obligaciones de la agencia. 3.2.1. Obligación principal. 3.2.2. Deberes de información. 3.3. Responsabilidad de la agencia. 3.4. Derechos del consumidor.

LECCIÓN 14. CONTRATOS BANCARIOS. CONTRATOS EN LOS MERCADOS DE VALORES. CONTRATOS DE SEGURO Y GARANTÍA.

I. Contratos bancarios. 1. Caracterización y disciplina aplicable. 2. Operaciones de crédito pasivas. 3. Operaciones de crédito activas. 3.1. Préstamo. 3.2. Apertura de crédito. 3.3. Créditos y préstamos participativos. 3.4. Créditos sindicados. 3.5. Descuento. 3.6. Leasing. 3.7. Factoring. 3.8. El confirming. 4. Operaciones de mediación. 4.1. La cuenta corriente bancaria de gestión 4.2. La transferencia bancaria. 4.3. Créditos documentarios. 4.4. La compensación bancaria. 5. Tarjetas bancarias. II.- Los Mercados de Valores. 1. Caracterización. 2. El Mercado primario de valores. 3. El mercado secundario de valores. IV. Contratos de seguro. 1. Caracterización. 2. Teoría general. 2.1. Elementos. 2.1.1. Elementos personales. 2.1.2 Elementos causales. 2.1.2.1. El riesgo. 2.1.2.2. El interés. 2.1.3. Formales. La póliza. 2.2. Contenido. 2.2.1. Obligación del asegurador. 2.2.2. Obligaciones del tomador. 2.2.2.1. El pago de la prima. 2.2.2.2. Los deberes adicionales. 3. Clases 3.1. Los seguros contra daños. 3.2. Los seguros sobre la vida. V. Contratos de garantía. 1. Cuestiones generales. 2. Garantías personales. 2.1. Introducción. 2.2. La fianza. 2.3. Garantías a primer requerimiento. 2.4. Cartas de patrocinio.

DERECHO DE LOS TÍTULOS VALORES. DERECHO CONCURSAL

LECCIÓN 15

DERECHO DE LOS TÍTULOS- VALORES. DERECHO CONCURSAL.

I. Los títulos-valores. 1. Concepto. 2. notas caracterizadoras. 3. Clasificación. 3.1. Según la forma de legitimación y el modo de circulación. 3.1.1. Enumeración. 3.1.2. Títulos al portador. 3.1.3. Títulos nominativos. 3.1.4. Títulos a la orden. 3.2. Según la forma de la emisión. 3.3. Según la naturaleza del derecho incorporado. 3.4. Según el número de notas caracterizadoras. 4. La letra de cambio. 5. El pagaré. 6. El cheque. II. Derecho concursal. 1. Derecho concursal, preconcursal y paraconcursal.2. La declaración del concurso. 2.1. Presupuestos. 2.2. La declaración de concurso. 3. La administración concursal. 4. Efectos. 4.1. Efectos sobre el deudor. 4.1.1. Relativos a su situación personal. 4.1.2. Efectos patrimoniales. 4.1.3. Efectos sobre el deudor persona jurídica. 4.2. Efectos sobre los acreedores. 4.3. Efectos sobre los contratos. 5. La masa activa y pasiva. 5.1. La masa activa. 5.2 La masa pasiva. 5.3. El inventario de la masa activa y la lista de acreedores. 6. Créditos contra la masa. 7. Modos de solución del concurso. 7.1. El convenio. 7.2. La liquidación. 8. Calificación del concurso. 9. La conclusión del concurso.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA:

Manual de la asignatura: GALLEGO SÁNCHEZ, E: Derecho de la empresa y del mercado, editorial Tirant lo Blanch, Valencia, última edición.

OTROS RECURSOS:

<http://www.boe.es>

<http://www.ua.es/es/servicios/juridico/dercivil.htm>

<http://www.derecho.deeuropa.net>

<http://www.uniondeconsumidores.org>

<http://noticias.juridicas.com>

<http://www.porticolegal.com>

<http://www.todoelderecho.com>

www.westlaw.es

www.laleydigital.es

MATERIALES COMPLEMENTARIOS:

Sentencias, contratos, noticias de prensa u otros documentos de naturaleza semejante. Dichos materiales sólo podrán versar sobre supuestos prácticos y cuestiones de actualidad en relación con la actividad docente sobre Práctica de Problemas para la resolución de casos prácticos. En ningún caso se referirán a la actividad docente de Teoría, ni a contenidos teóricos. No podrán utilizarse para el estudio de los contenidos del programa a efectos de evaluación. En su caso, se publicarán por el profesor en el Campus Virtual.

EVALUACIÓN DEL PROCESO DOCENTE.

Actividades de evaluación, descripción/criterios y ponderación (%)

PRIMER PERIODO DE EVALUACIÓN

La calificación del alumno se obtendrá mediante un método de evaluación continua que comprende el 100% de la nota.

El sistema de evaluación de las competencias incidirá en los siguientes aspectos:

- Prueba/s escrita/s y/u orales, consistentes en uno o varios exámenes que podrán ser pruebas tipo objetivo, incluir cuestiones teórico-prácticas y/o problemas. Su aportación a la calificación no excederá del 50% de la nota final.
- Evaluación de actividades prácticas, individuales y/o grupales, a partir de la elaboración y entrega de ejercicios, trabajos, informes o de la realización de presentaciones orales; así como asistencia del estudiante a seminarios o visitas a instituciones.
- Asistencia regular y participación activa en las actividades presenciales propuestas, grado de implicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje, habilidades y actitudes mostradas durante el desarrollo de las actividades.

Dicho método se compone de tres actividades de evaluación diferentes:

- **EXAMEN ESCRITO**

Un examen de preguntas cortas y preguntas de desarrollo sobre cuestiones teóricas, elegidas por el/la coordinador/a de la asignatura entre los contenidos especificados en el Manual de la asignatura, GALLEGO SÁNCHEZ, E: Derecho Mercantil. Parte Segunda, Editorial Tirant lo Blanch, última edición, de las lecciones del programa especificadas en la guía.

Permitirá al alumno obtener hasta 5 puntos de la nota final.

- **ELABORACIÓN Y ENTREGA DE ACTIVIDADES PRÁCTICAS INDIVIDUALES Y/O GRUPALES**

Elaboración y entrega de ejercicios, trabajos, informes, resúmenes. Realización de presentaciones orales. También se podrá valorar la asistencia del estudiante a seminarios/jornadas. Su valoración comprenderá alguna o todas de las siguientes actividades: realización y entrega de las prácticas, realización de un trabajo final, exposición oral, control práctico.

Esta actividad permitirá al alumno obtener hasta 4 puntos de la nota final.

- **PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ALUMNO EN LA DOCENCIA**

Se valorará la asistencia regular y participación activa del alumno en las actividades presenciales, grado de implicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje, las habilidades y actitudes mostradas durante el desarrollo de las actividades.

Permitirá al alumno obtener hasta 1 punto de la nota final.

ACTIVIDADES		PONDERACIÓN
EVALUACIÓN CONTINUA	EXAMEN O EXÁMENES DE CUESTIONES TEÓRICAS Y/O PRÁCTICAS	50%
	ELABORACIÓN Y ENTREGA DE ACTIVIDADES PRÁCTICAS INDIVIDUALES/GRUPALES	40%
	ASISTENCIA REGULAR Y PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ALUMNO EN LA DOCENCIA	10%

Las tres actividades se calificarán de 0 a 10 puntos. La nota del alumno se formará mediante una media ponderada de los resultados en dichas actividades. La nota de cada actividad computará en el cálculo de la nota final del alumno en el porcentaje indicado.

No se aprobará la asignatura si la nota en el EXAMEN es inferior a 4 aunque la nota media sea superior a 5.

SEGUNDO PERIODO DE EVALUACIÓN

Cuando el alumno suspenda la asignatura en el primer periodo de evaluación tendrá derecho a ser evaluado en un segundo periodo de evaluación durante el mes de julio.

La PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LA DOCENCIA (10%) y las ACTIVIDADES PRÁCTICAS A REALIZAR POR EL ALUMNO (40%) no son recuperables.

El EXAMEN TEÓRICO (50%) es recuperable. Se realizará un examen de preguntas cortas y preguntas de desarrollo sobre cuestiones teóricas.

El alumno sólo aprobará la asignatura si la nueva nota final es igual o superior a 5 y siempre que haya obtenido una nota igual o superior a 4 en el EXAMEN.

SISTEMA DE EVALUACIÓN ALTERNATIVO

Esta modalidad está pensada para los alumnos que no puedan seguir la evaluación continua.

El alumno deberá solicitar este sistema de evaluación al profesor en el primer mes de docencia de la asignatura. El profesor de la asignatura, atendiendo a las circunstancias del caso, decidirá lo que corresponda.

La materia evaluable comprenderá la totalidad del programa de la asignatura.

El alumno deberá obtener un 5 (sobre 10) para aprobar la asignatura.

El examen será de carácter escrito.