



**UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO**

GUÍA DOCENTE

**MARCO JURÍDICO DE LA ECONOMÍA
DIGITAL**

**TÍTULO UNIVERSITARIO SUPERIOR
MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES**

CURSO ACADÉMICO 2020-2021

ÍNDICE

RESUMEN	3
DATOS DEL PROFESORADO	3
REQUISITOS PREVIOS	3
COMPETENCIAS.....	4
RESULTADOS DE APRENDIZAJE.....	4
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA.....	5
ESCENARIO A – PRESENCIALIDAD ADAPTADA.....	7
ESCENARIO B – SUSPENSIÓN COMPLETA DE LA ACTIVIDAD PRESENCIAL	9
BIBLIOGRAFÍA.....	11

RESUMEN

Centro	Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas		
Titulación	Título Universitario Superior en Marketing y Negocios Digitales		
Asignatura	Marco Jurídico de la Economía Digital	Código	F1C1P04008
Carácter	Obligatoria		
Curso	1º		
Créditos ECTS	3		
Lengua de impartición	Castellano		
Curso académico	2020-2021		

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	María Vanessa Tobajas Guerrero
Correo electrónico	Vanessa.tobajas@pdi.atlanticomedio.es
Teléfono	828.019.019
Tutorías	<p>Consultar horario de tutorías en el campus virtual. El horario de atención al estudiante se publicará al inicio de curso en el Campus Virtual. En caso de incompatibilidad con las franjas horarias establecidas pueden ponerse en contacto a través del <i>mail</i> para concertar una tutoría fuera de este horario.</p> <p>Se ruega que se solicite la tutoría a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.</p>

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

COMPETENCIAS

- Capacidad para adaptarse a los objetivos de las organizaciones tanto en los niveles más básicos como en los directivos.
- Capacidad para adaptarse a los nuevos cambios o nuevas emergencias de disciplinas comerciales dentro de la empresa.
- Saber innovar en los métodos de autoaprendizaje y autoevaluación, siguiendo criterios de calidad.
- Capacidad de búsqueda de información útil para los negocios en un entorno digital.
- Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales.
- Entender los principios, éticos, jurídicos y deontológicos inherentes al ejercicio de la profesión y saber aplicarlos en la práctica profesional.
- Demostrar el uso profesional de las tecnologías y técnicas comunicativas para procesar, elaborar y transmitir información, con especial hincapié en los nuevos soportes.
- Saber desarrollarse profesionalmente de forma autónoma mediante la consultoría a agencias o clientes particulares.
- Adquirir la capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos en entornos digitales, así como el uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos.
- Identificar los conceptos y funciones fundamentales de la empresa en el entorno digital.
- Capacidad para diseñar e implementar decisiones estratégicas de marketing digital.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Disponer de conocimiento general y práctico sobre el marco jurídico aplicable a los negocios digitales.

- Conocer la normativa a cumplir en el diseño y desarrollo de actividades relacionadas con el marketing digital y con un negocio digital, tanto en caso de un negocio propio como en el asesoramiento interno o externo de negocios ajenos.
- Ser capaz de disponer de conocimientos que le permitan delimitar, para cada negocio digital específico, la normativa que le aplica, así como valorar sus riesgos jurídicos.
- Disponer de conocimiento sobre la problemática jurídica actual en el uso de las TIC y su evolución futura en el marketing digital en especial y en los negocios digitales en general.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

1. CUESTIONES LEGALES Y NORMATIVA APLICABLE EN NEGOCIOS DIGITALES

- a. Relación de cuestiones legales a tener en cuenta en negocios digitales.
- b. Relación de normativa aplicable a tener en cuenta en negocios digitales.

2. ASPECTOS LEGALES SOCIETARIOS EN EL DESARROLLO DE NEGOCIOS DIGITALES

- a. Elección de forma jurídica societaria más adecuada.
- b. Cumplimiento de obligaciones legales societarias mediante medios digitales y tecnología *blockchain*.
- c. Cumplimiento de obligaciones legales societarias en entorno off-line.

3. ASPECTOS LEGALES RELATIVOS A PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

- a. Definiciones.
- b. Ámbito de aplicación.
- c. Consentimiento e información obligatoria.
- d. Comunicación de datos a terceros.
- e. Obligaciones a cumplir en protección de datos.
- f. Derechos en protección de datos.
- g. Código de conducta en protección de datos en la actividad publicitaria.
- h. Transferencias internacionales de datos.

4. ASPECTOS LEGALES RELATIVOS A COMERCIO ELECTRÓNICO Y CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

- a. Aspectos legales a tener en cuenta en un proceso de compra on-line.
- b. Redacción y aplicación de Condiciones generales de contratación on-line.
- c. Contratos electrónicos y *Smart Contracts*.
- d. Modelos B2B, B2C, C2C, C2B, P2P...
- e. *E-commerce, m-commerce, s-commerce, f-commerce, omnicommerce...*
- f. Legislación y jurisdicción aplicable a comercio electrónico y contratación electrónica.

5. ADECUACIÓN LEGAL DE SOPORTES WEB Y MÓVIL

- a. Adecuación legal de páginas web.
 - i. Contenido de Información/Aviso legal.
 - ii. Contenido de Política de Privacidad.

- iii. Adecuación de formularios de contacto.
- iv. Configuración consentimiento granular primera capa de cookies.
- v. Contenido de Política de Cookies.
- b. Adecuación legal de aplicaciones móviles.
- c. *Cookieless, AppTrackingTransparency, fingerprinting* e ID universal.

6. ADECUACIÓN LEGAL DE SOPORTES REDES SOCIALES

- a. Aspectos legales a tener en cuenta en la utilización de redes sociales para acciones de marketing y negocios digitales.
- b. Normas de publicación de contenidos en redes sociales.
- c. Convocatoria de concursos y sorteos en redes sociales.
- d. Normas a aplicar en marketing de *influencers*.

7. PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL Y NOMBRES DE DOMINIO EN NEGOCIOS DIGITALES

- a. Aspectos legales a tener en cuenta en propiedad intelectual.
- b. Aspectos legales a tener en cuenta en propiedad industrial.
- c. Aspectos legales a tener en cuenta en nombres de dominio.

8. ASPECTOS LEGALES A TENER EN CUENTA EN SISTEMAS CLOUD

- a. Consideraciones legales a tener en cuenta como clientes de servicios *cloud*.
- b. Consideraciones legales a tener en cuenta como prestadores de servicios *cloud*.
- c. Modelos específicos SaaS, PaaS o IaaS.

9. ASPECTOS LEGALES PROPIOS DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y MODELOS ESPECÍFICOS DE NEGOCIOS DIGITALES

- a. Boletín de noticias (*newsletter*).
- b. *E-mail marketing*.
- c. Utilización de técnicas de conversión.
- d. Elaboración de perfiles.
- e. Inteligencia artificial.
- f. Utilización de sistemas de geolocalización.
- g. *Branded content*.
- h. Uso de realidad virtual y realidad aumentada en publicidad.
- i. Marketing de afiliación.
- j. Bases de datos.
- k. Contenido generado por los usuarios.
- l. Modelos basados en suscripción.
- m. Modelos basados en *Freemium – Premium*.
- n. *Dropshipping*.
- o. Venta en múltiples plataformas.
- p. *lot*.
- q. Tecnología *Blockchain*.
- r. *Big Data Marketing*.
- s. Modelo de código abierto.
- t. *Geotargeting*.
- u. Gamificación.
- v. *Crowdfunding*.
- w. *Regtech y legaltech*.
- x. Plataformas de formación online.
- y. Juegos online. *eSports*.
- z. Otros servicios de la sociedad de la información.

- aa. Otros negocios digitales.

10. ASPECTOS LEGALES A TENER EN CUENTA EN NEGOCIOS DITALES DIRIGIDOS A MENORES DE EDAD

11. ANÁLISIS Y GESTIÓN DE RIESGOS JURÍDICOS Y MEDIDAS DE SEGURIDAD INFORMÁTICAS LEGALMENTE EXIGIBLES EN NEGOCIOS DIGITALES

- a. Cómo confeccionar un mapa de análisis de riesgos jurídicos para cada negocio digital.
- b. Medidas de gestión de riesgos jurídicos a adoptar para cada negocio digital.
- c. Medidas de seguridad informáticas legalmente exigibles a los negocios digitales.

12. SOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL DE CONFLICTOS EN EL MUNDO DIGITAL

13. RESPONSABILIDAD LEGAL E INCUMPLIMIENTOS NORMATIVOS.

- a. Régimen de asignación de responsabilidad legal.
- b. Incumplimientos normativos y régimen sancionador.

ESCENARIO A – PRESENCIALIDAD ADAPTADA (MEMORIA VERIFICADA)

METODOLOGÍA

- Clase magistral.
- Aprendizaje cooperativo.- Aprendizaje basado en la realización de actividades prácticas.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Lección magistral – 20 horas
Tutorías – 1 hora
Trabajo en equipo – 2 horas
Trabajo autónomo – 2 horas
Actividades prácticas – 5 horas

EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

	% CALIFICACIÓN FINAL
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	50%
Resolución de casos o problemas, individual o grupalmente	40%
Asistencia y participación activa	10%

Sistemas de evaluación

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

Criterios de calificación

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final, es necesario superar cada apartado de la evaluación con una nota mínima igual a 5.

Si los alumnos asisten como mínimo al 75% de las clases, el sistema de calificación es el siguiente:

- (a) Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas y/o casos prácticos: 50% de la nota final.
- (b) Resolución de pruebas intermedias y de los ejercicios propuestos a lo largo de la asignatura: 40% de la nota final.
- (c) Participación activa a lo largo de la asignatura: 10% de la nota final.

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 75%, el alumno no podrá presentarse en la convocatoria ordinaria.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de las convocatorias asociadas a la presente guía docente.

ESCENARIO B – SUSPENSIÓN COMPLETA DE LA ACTIVIDAD PRESENCIAL

METODOLOGÍA

- Clase magistral.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje on-line.
- Aprendizaje basado en la realización de actividades prácticas.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Lección magistral – 20 horas
Tutorías – 1 hora
Trabajo en equipo – 2 horas
Trabajo autónomo – 2 horas
Actividades prácticas – 5 horas

<EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

	% CALIFICACIÓN FINAL
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	50%
Resolución de casos o problemas, individual o grupalmente	40%
Asistencia y participación activa	10%

Sistemas de evaluación

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

Sistemas de evaluación

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

Criterios de calificación

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final, es necesario superar cada apartado de la evaluación con una nota mínima igual a 5.

Si los alumnos asisten como mínimo al 75% de las clases, el sistema de calificación es el siguiente:

- (a) Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas y/o casos prácticos: 50% de la nota final.
- (b) Resolución de pruebas intermedias y de los ejercicios propuestos a lo largo de la asignatura: 40% de la nota final.
- (c) Participación activa a lo largo de la asignatura: 10% de la nota final.

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 75%, el alumno no podrá presentarse en la convocatoria ordinaria.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de las convocatorias asociadas a la presente guía docente.

BIBLIOGRAFÍA

- **Normativa Básica**
1. Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas (RGPD).
 2. Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de Derechos Digitales (LOPDGDD).
 3. Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE).
 4. 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 (TRLGCU).
 5. Ley 7/1996, de 15 de enero de 1996, de Ordenación del Comercio Minorista.
 6. Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación.
 7. Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre el respeto a la vida privada y la protección de los datos personales en el sector de las comunicaciones electrónicas y por el que se deroga la Directiva 2002/58/CE (Reglamento *e-Privacy*).
 8. Directiva (UE) 2018/1792 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2018, por la que se establece el Código Europeo de las Comunicaciones Electrónicas (versión refundida).
 9. Ley 24/2015, de Patentes.
 10. Reglamento (CE) nº 593/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de junio de 2008 sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales (Roma I).
 11. Ley 34/1998, de 11 de noviembre, General de Publicidad.
 12. Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.
 13. Reglamento (CE) nº 215/2012, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil.
 14. Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores.
 15. Real Decreto legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regulando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.
 16. Directiva (UE) 2015/2366 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2015 sobre servicios de pago en el mercado interior (Directiva PSD2 *Payment Service Directive*).
 17. Real Decreto ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera.

18. 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.
19. Directiva (UE) 2016/1148 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 6 de julio de 2016, relativa a las medidas destinadas a garantizar un elevado nivel común de seguridad de las redes y sistemas de información en la Unión.
20. Real Decreto ley 12/2018, de 7 de septiembre, de seguridad de las redes y sistemas de información.
21. Directiva (UE) 2002/58 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de julio de 2002, relativa al tratamiento de los datos personales y a la protección de la intimidad en el sector de las comunicaciones electrónicas (Directiva sobre la Privacidad y las comunicaciones electrónicas).