

RÉGIMEN JURÍDICO MERCANTIL DE LA EMPRESA PÚBLICA (2017-18)

DATOS GENERALES

Código 18031

Créditos ECTS 6

Departamentos y áreas

Departamento	Área	Dpt. Resp.	Dpt. Acta
DERECHO MERCANTIL Y DERECHO PROCESAL	DERECHO MERCANTIL	SÍ	SÍ

Estudios en que se imparte

GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Contexto de la asignatura

En esta asignatura se aborda el estudio de los aspectos jurídico mercantiles de la empresa pública. Por eso se inscribe en el marco del Derecho de Sociedades, que comprende la parte general del Derecho de Sociedades y las Partes Especiales. La importancia de esta materia radica en la necesidad que tienen los futuros graduados de conocer los principios básicos que inspiran el conjunto de normas jurídico privadas que, dentro del marco de nuestra constitución económica, se ocupan de regular las organizaciones a través de las cuales se ejercitan en la actualidad las principales actividades económicas por las administraciones públicas.

En cuanto al sentido y ubicación en el plan de estudios, la asignatura se ubica en el cuarto 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.



OBJETIVOS

Objetivos específicos aportados por el profesorado (2017-18)

1. Conocer, comprender y asimilar la configuración actual del Derecho de Sociedades y de sus principales instituciones.
2. Conocer, comprender y asimilar el conjunto de normas jurídico privadas que, dentro del marco de nuestra constitución económica, se ocupan de regular la organización de los entes societarios y el estatuto de sus socios; así como la actividad societaria de las administraciones públicas.

CONTENIDOS

Contenidos teóricos y prácticos (2017-18)

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

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 lex mercatoria. 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 reciprocas. 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.

OBLIGACIONES Y CONTRATOS MERCANTILES

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 (merchadising). 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. MATERIAL COMPLEMENTARIO.

Comprende los textos que han de utilizarse para la preparación del programa a efectos de evaluación y los materiales complementarios

BIBLIOGRAFÍA.

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

RECURSOS.

Textos legales vigentes.
Bases de datos legales y jurisprudenciales.

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, ni se tendrán en cuenta 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

Instrumentos y criterios de Evaluación 2017-18

El alumno deberá examinarse en el grupo en que se encuentre matriculado y en la fecha de su convocatoria oficial. Los profesores encargados del examen se abstendrán de calificar a los alumnos que no estén matriculados en los grupos de cuya evaluación hayan sido encargados o que se presenten en fecha distinta a la de la convocatoria oficial. Estas normas únicamente pueden ser excepcionadas por el Coordinador del Área de Derecho Mercantil o del Centro, previa consulta con el primero, a solicitud del profesor del grupo o del alumno, siempre que estimen que existen circunstancias graves y excepcionales suficientemente justificadas. No concurren dichas circunstancias en caso de exámenes convocados para su celebración en el Campus en día distinto o en el mismo día a distinta hora, siempre que, en este último caso, exista un lapso de tiempo de, al menos, una hora, entre ambas pruebas. Los profesores encargados del examen se abstendrán de calificar a alumnos que no estén matriculados en la convocatoria en que se presenten.

Las matrículas de honor serán asignadas por una Comisión formada por el Coordinador del Área, el Coordinador del Centro y el Coordinador de la asignatura o en quien cada uno de estos delegue. El Coordinador del Área tendrá voto de calidad en caso de empate.

La calificación final obtenida en la primera convocatoria es recuperable en la segunda convocatoria, consistiendo la prueba en un examen escrito en el que se incluirá necesariamente un test, realizado de conformidad con las normas establecidas para el examen final, un control escrito, que versará sobre la totalidad de los contenidos del programa, y una evaluación escrita de un supuesto práctico

Tipo	Criterio	Descripción	Ponderación
------	----------	-------------	-------------



EXAMEN FINAL	<ol style="list-style-type: none">1. Examen Final, tipo test.2. Las preguntas serán elegidas por el coordinador de la asignatura entre los contenidos especificados en el Manual de la asignatura, GALLLEGO SÁNCHEZ, E: Derecho de la Empresa y del Mercado, Editorial Tirant lo Blanch, última edición, de las lecciones del programa.3. Será calificado por el CPD de la Universidad u organismo que le sustituya en atención a los criterios decididos por el coordinador de la asignatura.4. Versará sobre todas las lecciones incluidas en el programa de la asignatura de conformidad con el contenido determinado en el Manual de la asignatura. El alumno tiene derecho a que solo se le formulen preguntas incluidas expresamente en el Manual de la asignatura. No se eliminará tema alguno por iniciativa de los profesores. Únicamente el/la Coordinador/a de Área, previa sugerencia, en su caso, de los profesores responsables de los grupos, podrá eliminar temas, siempre que la medida tenga carácter general para todos los grupos de la asignatura.5. El examen abarcará todas las lecciones del programa, incluidas los que se evaluaron en el control, dado que este carece de eficacia liberatoria. Superado el examen final, u obtenida en él la calificación de 4 en la convocatoria de enero, se hará la media con la calificación obtenida en la evaluación continua. Asimismo, en la convocatoria de julio será necesario obtener al menos un 4 en el tipo test, para que éste medie con las restantes partes del examen. En ambos casos, cuando la calificación del tipo test sea inferior a 4 puntos sobre 10, la nota final será la obtenida en el test.6. Los alumnos tienen derecho a solicitar la revisión del examen y a efectuar reclamaciones frente a las calificaciones de conformidad con la normativa vigente. No se admitirá ninguna solicitud de revisión o reclamación que no cumpla los requisitos de forma, fondo y plazos previstos en el Reglamento regulador del procedimiento de revisión y reclamación de las calificaciones.	Prueba final	50
--------------	---	--------------	----



<p>ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE</p>	<p>1. Se efectuará un control escrito entre la 7ª y 8ª semana. La fecha concreta del control, que se realizará en el horario de clase, será fijada por el coordinador de la asignatura y publicada en el Campus Virtual con una antelación razonable. No podrá ser modificada.</p> <p>2. El control abarcará las lecciones 1 a 5, ambas inclusive. Consistirá en una o varias preguntas elegidas por el /la coordinador/a de la asignatura entre los contenidos especificados en el Manual de la asignatura, GALLEGO SÁNCHEZ, E: Derecho de la Empresa y del Mercado, Editorial Tirant lo Blanch, última edición, de las lecciones del programa especificadas en el cronograma. El alumno tiene derecho a que solo se le formulen preguntas incluidas expresamente en el Manual de la asignatura.</p> <p>3. La calificación se determinará por los profesores de los grupos, entre 0 y 10. Podrá ser modificada por el/la Coordinador/a del Área.</p> <p>4. El control no tendrá eficacia liberatoria.</p>	<p>Pruebas teóricas</p>	<p>25</p>
<p>ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE</p>	<p>(2) Evaluación escrita de un supuesto práctico determinado por los profesores del grupo que tendrá lugar en la 15ª semana. Los profesores de los grupos podrán valorar la actividad desarrollada por el alumno en las clases prácticas. No se admitirá el uso de ningún texto legal en la resolución del supuesto práctico.</p>	<p>Pruebas prácticas</p>	<p>25</p>