

REGULACIÓN DE CONTRATOS, MARCAS E INSTRUMENTOS ELECTRÓNICOS EN EL TURISMO (2017-18)

DATOS GENERALES

Código 41002

Créditos ECTS 3

Departamentos y áreas

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

Estudios en que se imparte

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

Contexto de la asignatura

Esta asignatura se centra en el estudio de los sujetos que intervienen en la actividad turística, en particular, de los empresarios. Se estudia el desarrollo de la actividad turística dentro del mercado, y por ello, se analiza la función que en el ámbito turístico tienen los signos distintivos. Se aborda igualmente el estudio de los principales contratos turísticos, en cuanto herramienta para la ejecución de la actividad turística. Por último, dado el papel esencial que la contratación electrónica está desempeñando en el sector turístico, se estudian las particularidades de este tipo de contratación a distancia. La importancia de esta materia radica en la necesidad de conocer el conjunto de normas jurídico privadas que se ocupan de regular la actividad que los empresarios turísticos 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 primer curso, en el Módulo I, "El sistema turístico y su entorno", con el fin de dotar de base jurídica a las actividades turísticas.



OBJETIVOS

Objetivos específicos aportados por el profesorado (2017-18)

- Conocer, comprender y caracterizar las relaciones entre turismo, empresa y mercado desde su vertiente jurídica
- Asumir y valorar importancia de la actividad del empresario mercantil a través de sus recursos (contratos, marcas e instrumentos del comercio electrónico) en el desarrollo de la actividad turística
- Adquirir los conocimientos científicos necesarios para atender a sus relaciones.
- Conocer y aplicar las diferentes técnicas e instrumentos jurídicos destinados a lograr una mejor integración entre turismo y empresa.
- Promover y fomentar la utilización de contratos, marcas e instrumentos electrónicos en el turismo en el desarrollo de la actividad turística.

CONTENIDOS

Contenidos teóricos y prácticos (2017-18)

TEMA 1.- EL EMPRESARIO TURÍSTICO COMO SUJETO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

I. El empresario turístico. 1. Concepto y clases. II. Empresario individual. 1. Adquisición y pérdida de la condición de empresario. 2. Prohibiciones e incompatibilidades. II. El empresario persona jurídica. En particular las sociedades mercantiles. 1. Criterios de atribución del carácter mercantil. 2. Clases de sociedades mercantiles. 2.1. Sociedades de personas. 2.2. Sociedades de capital. III. Las Agencias de Viaje en particular. 1. Caracterización. 2. Clases. IV. Responsabilidad del empresario. 1. Responsabilidad contractual. 2. Responsabilidad extracontractual. 4.3.1. Régimen general. 4.3.2. Responsabilidad por actos de dependientes.

TEMA 2.- TURISMO Y MERCADO.

I. Derecho de la libre competencia. 1. Concepto económico de competencia y Derecho de la libre competencia como factor esencial en el desarrollo del turismo. 2. Derecho de la Unión Europea. Ámbito de aplicación. 3. El modelo español. 4. Conductas colusorias. 4.1. Concepto y catálogo de supuestos prohibidos. Sanciones. 4.2 Exenciones. Exenciones por categorías y sistema de autoevaluación. 5. Prácticas abusivas. 5.1. Concepto. 5.2. Consecuencias jurídicas. 6. Falseamiento de la libre competencia por actos desleales. 7. Supuestos de dispensa de las prohibiciones. II. La competencia desleal. 1. Generalidades. Intereses tutelados. 2. Concepto de competencia desleal. 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. III. Publicidad Comercial. 1. Generalidades. La publicidad ilícita. La publicidad desleal. Remisión. 2. Supuestos específicos de publicidad ilícita. 3. Acciones. 4. El jurado de la publicidad de autocontrol.

TEMA 3.- SIGNOS DISTINTIVOS EN EL TRÁFICO TURÍSTICO

I. Signos distintivos. Generalidades. II. Las marcas. 1. Caracterización. 1.1. Concepto y función económica. 1.2. Clases. 1.3. Marca nacional. Marca comunitaria. Marca internacional. 2. Composición. 2.1. Composición. 2.2. Prohibiciones absolutas. 2.3. Prohibiciones relativas. 3. Nacimiento del derecho sobre la marca. 4. Contenido. 4.1. Derechos. 4.2. Cargas. 5. La marca como objeto de derecho de propiedad. Transmisión y licencia de la marca. 6. Extinción. 6.1. Nulidad. 6.2 Caducidad. III. El nombre comercial. IV. El nombre de dominio. V. Denominaciones de origen e indicaciones geográficas.

TEMA 4.- CONTRATOS TURÍSTICOS

I. Contratos relativos al alojamiento turístico. 1. El contrato de gestión hotelera. 1.1 Concepto y caracteres. Normativa aplicable. 1.2. Contenido. 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. 4. Contrato de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico. 4.1. Concepto. 4.2. Régimen general. 4.3. Régimen especial del aprovechamiento por turno de bienes inmuebles de uso turístico. 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 III. Contrato de transporte de personas. 1. Disciplina aplicable. 2. Concepto. 3. Elementos. 3.1. Personales. 3.2. Reales. 3.3. Formales. El billete. 4. Contenido. 4.1. Obligaciones del viajero. 4.2. Obligaciones del transportista. 4.3. Responsabilidad del transportista. IV. Contrato de viajes combinados. 1. Concepto y disciplina aplicable. 2. Elementos. 2.1 Personales. 2.2 Formales. 3. Contenido. 3.1. Obligaciones de la agencia. 3.1.1. Obligaciones generales. 3.1.2. Deberes de información. 3.2. Responsabilidad de la agencia. 3.3. Derechos del consumidor.

TEMA 5.- INSTRUMENTOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO APLICADOS AL TURISMO.

I. Normativa aplicable. II. Celebración de contratos turísticos por medios electrónicos. 1. Obligaciones previas. 2. Obligaciones posteriores. III. Derechos del turista en la contratación electrónica.



EVALUACIÓN

Instrumentos y criterios de Evaluación 2017-18

Tipo	Criterio	Descripción	Ponderación
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Prueba final escrita. Examen sobre los contenidos de la asignatura	EXAMEN FINAL	40
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Actividad de Evaluación* Descripción/criterios Ponderación Realización de trabajos dirigidos o casos prácticos. El 60% de la nota final se obtendrá por medio de una evaluación continua de las competencias adquiridas por el alumno. 60%	EVALUACIÓN CONTINUA	60