

I. Generalidades

Nombre de la asignatura	: Legislación aplicada al mercadeo
Número de orden	: 14
Código:	: 040271
Prerrequisito	: Fundamentos de administración
Número de Horas por Ciclo	: 68
Horas teóricas semanales	: 3
Horas prácticas semanales	: 1
Duración del ciclo en semanas	: 17
Duración de la hora clase	: 50 minutos
Unidades valorativas	: 3
Identificación del ciclo académico	: IV

II. Descripción de la asignatura

Se enfoca al estudio de las diversas leyes que rigen el comercio a nivel nacional e internacional.

III. Objetivo de la asignatura

Analizar, evaluar y aplicar el uso de las facultades que otorgan las diversas leyes para el comercio nacional e internacional, así como también la aplicación y cálculo de los impuestos sobre mercancías.

IV. Unidades didácticas y contenidos de la asignatura

Objetivo: Comprender los conceptos legales y sus aplicaciones al área de mercadeo que le permita contribuir a la reputación e identidad corporativa de la empresa en el marco normativo de El Salvador.

Unidad 1. Nociones básicas de derecho

Objetivo: Conocer los fundamentos básicos del derecho salvadoreño.

- 1.1. Que es la marca
- 1.2. Conceptualización
- 1.3. Grandes áreas del derecho
- 1.4. Principios Generales del derecho
- 1.5. La norma y su caracterización

Unidad 2. Derecho Privado: D° Civil; D° Mercantil; Propiedad Intelectual e Industrial

Objetivo: Conocer e identificar el marco legal en el cual se desarrollan las relaciones de intercambio y negociación en el mercado salvadoreño.

- 2.1. Obligaciones y contratos: nociones básicas
- 2.2. Conceptos básicos a la luz del Código de Comercio
- 2.3. Clases de sociedades por su naturaleza
- 2.4. Sociedad de Responsabilidad Limitada
- 2.5. Sociedad Anónima
- 2.6. Propiedad Intelectual: nociones básicas
- 2.7. Derecho de autor y derechos conexos
- 2.8. Propiedad Industrial: nociones básicas
- 2.9. Patentes, marcas, invenciones, modelos de utilidad y secretos industriales o comerciales

Unidad 3. Derecho de Consumidores y Usuarios; Derecho de la Competencia

Objetivo: Aplicar las leyes y normativas de la legislación salvadoreña a los consumidores y las empresas en el mercado salvadoreño.

- 3.1. Nociones básicas a la luz de la Ley de Protección al Consumidor: objeto de la ley y sujetos que protege
- 3.2. Limitantes legales en la publicidad y mercadeo
- 3.3. Derecho de la competencia:
- 3.4. Objeto de la ley
- 3.5. Prácticas anticompetitivas: acuerdo entre competidores; prácticas anticompetitivas entre no competidores

3.6. Abuso de la posición dominante

3.7. Las concentraciones

V. Estrategia metodológica

La asignatura combinará la clase magistral-expositiva y la formación de equipos para analizar y/o ejercitar a través de ejemplos los elementos teóricos abordados. Los estudiantes analizarán textos, investigaciones bibliográficas y exposiciones. El 80% será teórico y el 20% será práctico.

VI. Evaluación

La forma de evaluar el aprendizaje en esta asignatura se hará a través de exámenes escritos, trabajos ex aula que incluyen trabajos de investigación, exposiciones, laboratorios, u otras actividades consistentes con los objetivos de la asignatura y con el desarrollo del programa en el aula por el docente. El conjunto de exámenes parciales, incluido el final, tendrá una ponderación máxima de 70%.

VII. Referencias bibliográficas

- Mendoza Orantes, Ricardo (ed.). (2016) *Código de comercio*. (62a. ed.) El Salvador. Editorial Jurídica Salvadoreña. (3).
- Mendoza Orantes, Ricardo (ed.). (2016) *Código tributario y su reglamento de aplicación: con sus reformas, concordancias y guía de trabajo*. (20a. ed.) edición. El Salvador. Editorial Jurídica Salvadoreña, (3).
- Mendoza Orantes, Ricardo (ed.). (2013). *Ley de protección al consumidor*. (5a. ed.) El Salvador. Editorial Jurídica Salvadoreña, (2).
- Mendoza Orantes, Ricardo (ed.). (2016) *Recopilación de leyes mercantiles*. (19a. ed.) El Salvador. Editorial Jurídica Salvadoreña, (3).

- Superintendencia de Competencia. (2010). *Glosario de términos de competencia*. (1a. ed.) El Salvador. Edición. Superintendencia de Competencia, (3).