



dentro adscripció a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUÍA DOCENTE DE DERECHO DIGITAL 2023-24

DATOS GENERALES

Nombre:	DERECHO DIGITAL - DIGITAL LAW
Código:	081924 (MKCD)
Curso:	2023-2024
Titulación:	Grado en Marketing y Comunicación Digital
Nº de créditos (ECTS):	6
Ubicación en el plan de estudios:	3 ^{er} Curso, 1 ^{er} Cuatrimestre
Departamento:	Ciencias Sociales en la Empresa
Responsable departamento:	Dra. Cristina Cáliz
Fecha de la última revisión:	Julio 2023
Profesor Responsable:	Profa. Lúdia Ballesta Martí

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

La asignatura de Derecho Digital aborda los conflictos y retos legales que representa el entorno digital en el marco de los negocios y el marketing. La propia naturaleza global y transfronteriza del entorno digital requiere un análisis y estudio jurídicos con una perspectiva internacional. En consecuencia, la asignatura se aborda no solo desde el estudio de la legislación a nivel nacional, si no que se enfoca principalmente en la regulación de la Unión Europea y su estrategia digital.

La asignatura dentro de los estudios del Grado de Marketing y Comunicación Digital ofrece al alumnado los conocimientos básicos de derecho digital, enfocándolos hacia la práctica del marketing y a comunicación. Tales conocimientos son necesarios para cumplir con los principios y normas básicas que afectan a la práctica del marketing y la comunicación digital, percibiendo las malas praxis y así evitarlas y hacerles frente. Del mismo modo que se aprende a reconocer y proteger bienes jurídicos, propios y de terceros, como la privacidad, propiedad intelectual, los derechos de los consumidores, etc.

Se proporciona una visión práctica para poder convertir los conocimientos teóricos de la legislación en herramientas necesarias para poder llevar a cabo actos de marketing y comunicación digital, lícitos y dentro de la legalidad vigente y ética profesional del sector en la sociedad actual.

La docencia se imparte en inglés. Igualmente se requiere que el alumnado haga sus intervenciones, presente los trabajos y realice las actividades de evaluación y exámenes en dicha lengua.

2. OBJETIVOS

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Comprender las funciones sociales del derecho como instrumento de gobierno de las sociedad actual.
- Relacionar la práctica del marketing con la adecuación a los diversos sectores del ordenamiento jurídico
- Buscar y gestionar de manera adecuada la información jurídica básica y conocer los medios de obtención de ésta y reconocer las instituciones, organismos y autoridades oficiales, a los que dirigirse.
- Leer, interpretar y evaluar críticamente la información i textos jurídicos básicos.
- Analizar situaciones y detectar posibles problemas o riesgos legales y saber cómo abordarlos.
- Detectar y prevenir las prácticas ilícitas dentro del ámbito del marketing y la comunicación digital.
- Desarrollar y sostener un razonamiento, motivación y discurso jurídico, tanto escrito como oral.
- Evaluar el marco normativo y determinar los costes y la sostenibilidad de las decisiones y acciones a tomar.

3. CONTENIDOS

BLOQUE 1: DERECHOS FUNDAMENTALES Y DERECHOS DIGITALES

TEMA 1: INTRODUCCIÓN AL DERECHO DIGITAL; REGULACIÓN, CUMPLIMIENTO NORMATIVO Y RESPONSABILIDAD.

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Entender el marco jurídico aplicable al entorno digital y su relevancia.
- Detectar y analizar las cuestiones legales que pueden surgir en el entorno digital
- Comprender las obligaciones, riesgos y responsabilidades en un entorno digital.
- Identificar la complejidad de la legislación y jurisdicción aplicables
- Identificar y analizar derechos digitales de nueva generación

Contenido

- 1.1 ¿Qué es el Derecho Digital?
- 1.2 Adecuación normativa y responsabilidad
- 1.3 Jurisdicción internacional y ley aplicable
- 1.4 Derechos Digitales; desarrollo y futuro.

TEMA 2: DERECHOS FUNDAMENTALES EN EL ENTORNO DIGITAL

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Comprender la relevancia de los derechos fundamentales, identificar su valor preferente y la importancia de su respeto y preservación.
- Diferenciar entre situaciones contrarias a la moral, la ética y/o el derecho, especialmente en aplicación de la Inteligencia Artificial.
- Distinguir los límites de los derechos a la libertad de expresión, libertad artística, derecho de información, honor y propia imagen.
- Ponderar los distintos derechos fundamentales y valorar cuando las prácticas de marketing y las comunicaciones comerciales pueden vulnerar alguno de ellos.

Contenido

- 2.1 Introducción a la Protección de los Derechos Fundamentales en la era digital
- 2.2 Derecho a la información, Libertad de expresión y libertad artística.
- 2.3 Derecho al honor, Derecho a la intimidad y Derecho a la propia imagen
- 2.4 Ponderación de Derechos

BLOQUE 2: PROTECCIÓN DE DATOS Y SERVICIOS DIGITALES

TEMA 3: PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Diferenciar privacidad de protección de datos
- Entender la importancia de la privacidad y de los datos personales así como los riesgos, la dimensión y el impacto de las prácticas empresariales.
- Conocer los principios de la normativa de protección de datos (RGPD y LOPDGDD)
- Definir el impacto de una acción en los datos personales y realizar procesos de adecuación a la normativa.
- Identificar y diseñar las cláusulas principales de una política de privacidad

Contenido

- 3.1 Conceptos básicos de la protección de datos.
- 3.2 Principios y aplicación del Reglamento General Europeo de Protección de Datos
- 3.3 Sujetos de datos y Responsables de los datos: derechos, obligaciones y responsabilidades
- 3.4 La Agencia Española de Protección de Datos
- 3.5 Las Políticas de Privacidad

TEMA 4: REGULACIÓN DE LOS SERVICIOS Y MERCADOS DIGITALES

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Entender el régimen jurídico de los mercados y servicios digitales, comercio electrónico y plataformas digitales de servicios e intermediación que operen en la Unión Europea.
- Identificar el contenido básico de las cláusulas de “Términos y Condiciones” en negocios digitales (web / app).
- Entender el valor los derechos del consumidor y detectar posibles vulneraciones.

Contenido

- 4.1 Regulación los mercados y servicios digitales en Europa: Directiva *e-commerce*, *Digital Services Act* y *Digital Markets Act*
- 4.2 Gatekeepers: dimensión y responsabilidades
- 4.3 Geo-bloqueo y portabilidad
- 4.4 Cumplimiento normativo y protección de los consumidores.

BLOQUE 3: PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR

TEMA 5: DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Saber los límites del derecho de propiedad intelectual en internet.
- Diferenciar y Proteger los distintos elementos protegidos/ibles por derechos de propiedad industrial (marca, patente, diseño).
- Detectar y evitar prácticas desleales y uso ilícito de elementos protegidos por la propiedad intelectual y derecho de autor

- Definir las limitaciones y responsabilidades al uso de obras protegidas por derechos de autor.
- Identificar y Gestionar registros y licencias de uso de elementos registrados y obras protegidas por derechos de autor.

Contenido

- 5.1 Derecho de Propiedad intelectual y Sistemas de Protección industrial
- 5.2 Patentes y Diseños
- 5.3 La marca registrada: Protección y signos distintivos; Funciones de la marca, infracciones y prácticas anticompetitivas.
- 5.4 Derechos de autor y derechos conexos: Definición y regulación en Europa
- 5.5 Uso de obras protegidas por derechos de autor; Licencias Infracciones y responsabilidad.

BLOQUE 4: ASPECTOS JURÍDICOS DE LA COMUNICACIÓN Y DEL MARKETING DIGITAL

TEMA 6: MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL: REGULACIÓN, LÍMITES Y PRÁCTICAS ILÍCITAS

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Entender el régimen jurídico la comunicación digital y del marketing online
- Comprender cuales son las normas que afectan a la publicidad.
- Conocer las normas y límites de publicidad y marketing en las redes sociales.
- Entender el valor y respetar los derechos del consumidor en las campañas publicitarias.
- Diferenciar los actos de comunicación comercial y detectar comportamientos ilícitos y anticompetitivos en las redes.

Contenido

- 6.1 Regulación de la publicidad, marketing y comunicación en la UE
- 6.2 Principios legales que rigen la publicidad y normativa del sector audiovisual
- 6.3 Códigos de conducta sectoriales
- 6.4 Acciones ilícitas y comunicación digital
- 6.5 Redes sociales y comunicación comercial: regulación sobre *Influencers*

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Grupo presencial:

Se basa en combinar en clase las explicaciones expositivas y participativas con actividades prácticas que serán desarrolladas en el aula. Las clases expositivas son participativas y constan de la explicación del marco jurídico-teórico y el planteamiento y discusión de casos. Requiere la lectura por adelantado de los distintos temas. En cuanto a las clases prácticas se pretende consolidar los conceptos teóricos expuestos en la clase, mediante la realización de actividades de trabajo autónomo por el alumnado con la supervisión y guía del profesorado.

Las principales actividades que se realizarán son:

- Exposición de contenidos teóricos (presencial)
- Discusión en el aula de problemas o artículos, realizada por el alumnado y moderada por el profesorado (presencial)
- Resolución de ejercicios, problemas y casos, eventualmente con soporte de ordenador, con la participación del estudiante en el aula (presencial)
- Trabajo práctico individual o en equipo (presencial)
- Trabajo en grupo/cooperativo con y sin presencia del profesor/a
- Trabajo en equipo en realización de proyectos (no presencial)

Grupo semipresencial:

El proceso de aprendizaje tiene como base el trabajo del estudiante a partir de su estudio, lectura de textos, búsqueda de documentación y preparación de trabajos. Se basa en clases expositivas participativas y prácticas para repasar los contenidos teóricos y consolidar la lectura de material didáctico, textos y artículos relacionados con los contenidos de la materia previamente publicados en el campus virtual. Con las prácticas en clase y los trabajos en casa se espera reafirmar los conceptos y procedimientos que se han presentado en la clase.

- Exposición de contenidos y resolución de problemas con participación de los estudiantes (presencial)
- Discusión en el aula de problemas o artículos, realizada por el alumnado y moderada por el profesorado (presencial)
- Trabajo autónomo de estudio y realización de ejercicios (no presencial)
- Trabajo en equipo en realización de proyectos (no presencial)

6. BIBLIOGRAFÍA

- De Miguel Asensio, P.A. (2023) *Manual de Derecho de las Nuevas Tecnologías: Derecho Digital*, Editorial Aranzadi ED.
- De Miguel Asensio, P.A. (2020). *Conflict of Laws and the Internet*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. doi: <https://doi.org/10.4337/9781788110822>
- Synodinou TE., Jougleux P., Markou C., Prastitou T. (eds) (2017), *EU Internet Law*, Editorial Springer
- Savin, A. (2020). *EU Internet Law*, (3ª edición), Editorial Edward Elgar

COMPENDIOS DE LEGISLACIÓN (ACCESO ABIERTO)

- Código de Protección de Datos de Carácter Personal, BOE, 2020
https://www.boe.es/biblioteca_juridica/codigos/codigo.php?id=55&modo=2¬a=0
- Código de la Propiedad Industrial, BOE, 2022
https://www.boe.es/biblioteca_juridica/codigos/codigo.php?id=67&modo=2¬a=0
- Código de la Propiedad Intelectual, BOE, 2022
https://www.boe.es/biblioteca_juridica/codigos/codigo.php?id=87&modo=2¬a=0&tab=2
- Código de Derecho de la Publicidad, BOE, 2020,
https://www.boe.es/biblioteca_juridica/codigos/codigo.php?id=248&modo=2¬a=0&tab=2