

TIPO DE CURSO: Curso Técnico - Terciario
DENOMINACIÓN: Derecho aplicado al Marketing
ASIGNATURA: Derecho - 1º. Año - 3 h. semanales - 96 h. anuales
AÑO: 2001

PRESENTACIÓN Y FUNDAMENTACIÓN GENERAL

El Marketing, como toda actividad humana, se encuentra regulada por el Derecho. Su finalidad consiste en satisfacer las necesidades y derechos de los seres humanos, mediante procesos de intercambio y métodos científicos, que suponen un interrelacionamiento de diversos sujetos.

OBJETIVOS GENERALES

Desarrollar la capacidad de reflexión de los alumnos y el análisis crítico con valor científico, a fin de que puedan comprender la importancia del Derecho como motivador, organizador y regulador de relaciones sociales, así como la necesidad de una adecuada formación jurídica para resolver las situaciones vinculadas a la vida cotidiana, opción de trabajo y/o profesión. Asimismo, promover el pensamiento interdisciplinario para posibilitar la coordinación entre todas las asignaturas del curso.

ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

En virtud de los objetivos del curso, para internalizar los conocimientos, se aplicará una metodología activa, promoviendo la participación reflexiva y el trabajos en grupo, como técnicas socializadoras que permitan desarrollar un rol protagónico de los estudiantes.

EVALUACIÓN

Las particularidades del curso exigen una evaluación constante, para lo cual el profesor deberá dar cumplimiento a la totalidad de los objetivos curriculares.

CONTENIDO

Las diferentes unidades deberán ser temporalizadas, en la forma más equilibrada posible, teniendo en cuenta las características del grupo y los conocimientos a disciplinar.

UNIDAD I. INTRODUCCIÓN

Objetivo Específico: Que el alumno llegue a internalizar los conceptos básicos que permitan abordar el resto de los contenidos programáticos.

- 1.1. Concepto y función del Derecho.
- 1.2. La norma jurídica (concepto y caracteres), las normas de orden público
- 1.3. El Orden Jurídico nacional (Constitución y principios que lo inspiran)
- 1.4. Relación Jurídica y Situación Jurídica
- 1.5. La importancia del Derecho en el Marketing

UNIDAD II. DERECHO CIVIL

Objetivos Específicos: Que el alumno comprenda que el destinatario de los derechos y deberes emergentes de las normas jurídicas es el ser humano, actuando individual o colectivamente, así como la voluntad como fuente de las obligaciones y contratos.

- 2.1. Concepto y contenido del Derecho Civil
- 2.2. Los Sujetos de Derecho (La persona Físicas y Jurídica; concepto, características, semejanzas y diferencias)
- 2.3. Objeto de Derecho (Bienes y Servicios; concepto clasificación)
- 2.4. Las Obligaciones (concepto, clasificación, fuentes y extinción)
- 2.5. Los Contratos (concepto, elementos y requisitos, clasificación y especial referencia al contrato de adhesión)

UNIDAD III. DERECHO COMERCIAL

Objetivo Específico: Que el alumno reconozca la naturaleza y característica de la actividad comercial, así como las normas que regulan las diferentes relaciones

que se dan en su ámbito, haciendo especial hincapié en los diferentes instrumentos de que dispone el comerciante para el ejercicio de la misma.

- 3.1. Concepto de Derecho Comercial
- 3.2. Los actos de comercio
- 3.3. El Comerciante (concepto, capacidad, derechos y obligaciones)
- 3.4. Las Sociedades comerciales (concepto y requisitos, derechos y obligaciones de los socios y breve análisis de los tipos, su régimen de administración y responsabilidad)

UNIDAD IV. DERECHOS HUMANOS

Objetivos Específicos: Que el alumno reconozca los derechos que tiene como persona de la especie humana.

- 4.1. Concepto y evolución de los Derechos Humanos
- 4.2. Categorización y garantías genéricas y particulares
- 4.3. Tratamiento constitucional y principios rectores (Art. 7,8,10 y 72 de la Constitución Nacional)
- 4.4. Análisis particular de los derechos humanos

UNIDAD V. DERECHOS DEL CONSUMIDOR (Ley.17.250)

Objetivos Específicos: Que el alumno reflexione y revalore los derechos del consumidor como un derecho fundamental más.

- 5.1. La Relación de consumo (concepto y características en un contexto de integración y globalización)
- 5.2. Sujetos de las relaciones de consumo (Consumidor y Proveedor)
- 5.3. Derechos básicos del consumidor
- 5.4. El objeto de las relaciones de consumo (bienes y servicios)
- 5.5. Las Garantías, prácticas y cláusulas abusivas La publicidad
- 5.6. El incumplimiento a la norma y la responsabilidad por daños y perjuicios (principios)
- 5.7. Organos de contralor.

UNIDAD VI. DERECHO LABORAL

Objetivo Específico: Que el alumno revalorice el trabajo como un fenómeno social central y como derecho humano fundamental, recogido por un conjunto de normas especiales de diverso origen cuyo cometido sustancial es la protección de la parte más débil de la relación laboral.

- 6.1. Concepto y principios que lo informan
- 6.2. El contrato y la relación de trabajo (concepto, elementos y modificaciones)
- 6.3. Las partes: Empleador y Trabajador (concepto, derechos y obligaciones)
- 6.4. La jornada laboral y el trabajo extraordinario (concepto, fundamentos y pago)
- 6.5. La retribución (concepto, tipos, medios de fijación)
- 6.6. Rubros de naturaleza salarial (concepto y características)
- 6.7. Fin de la relación de trabajo (modalidades)
- 6.8. Seguridad Social (concepto, principios y riesgos cubiertos)

BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA

- Constitución Nacional
- Código Civil Uruguayo
- Código de Comercio
- Introducción al Derecho (Enrique Véscovi, Eduardo Jiménez de Aréchaga o Eduardo Vaz Ferreira)
- Instituciones del Derecho Civil Uruguayo (Nelson Nicolliello)
- Bienes (Francisco del Campo, T. 1 y 2)
- Personas (Francisco del Campo, T.1 y 2)
- Contratos (Peirano Facio)
- Obligaciones (Ordoqui)
- Curso de Derecho Comercial (Nuri Rodríguez)
- Sociedades Comerciales (Orlando Firpo)
- Sociedades Comerciales (Pérez Fontana)
- Curso de Derecho Laboral (Américo Plá Rodríguez o Héctor Hugo Barbagelata)

A.N.E.P.
CONSEJO DE EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL
Programa de Educación en Administración, Comercialización y Servicios
INSPECCIÓN DE DERECHO

- Derecho Positivo laboral (Oscar Ermida Uriarte y Santiago Pérez del Castillo)
- Prescripción de los créditos laborales (Héctor Babace)
- Estudios de la Seguridad Social (Américo Plá Rodríguez)
- Revista de Derecho Laboral

- Concepto de Derechos Humanos, un estudio multidisciplinario (Aníbal Barbagelata)
- Análisis exegético de la Ley de Relaciones de Consumo (Dora Szafir)
- El Consumidor en el Derecho Comunitario (Dora Szafir)
- Derechos del Consumidor (Aníbal Cagnoni)
- Consumidores y la crisis económica (Favio Villalobos)

OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO

- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (www.mtss.gub.com) y Oficinas Zonales
- Banco de Previsión Social y Oficinas Zonales (www.bps.gub.com)
- Publicaciones: www.derechodigital.com.
- Poder Legislativo: www.parlamento.gub.com.
- Presidencia de La República: www.presidencia.gub.com
- Dirección General Impositivo: www.d.g.i.gub.com