

CURSO ACADÉMICO: 2003-2004

LICENCIATURA: PUBLICIDAD Y RRPP

CURSO: 4º

Código:	20678
Asignatura:	Normativa de la Actividad Publicitaria
Tipo de asignatura:	Tr
Nº de créditos:	5 (2+3)
Profesorado:	Francisco Gozávez Serrano
Semestre:	2º

OBJETIVO DE LA ASIGNATURA

El objetivo de la asignatura **NORMATIVA DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA** es el estudio de la regulación jurídica de esta actividad, en todas sus manifestaciones, a nivel nacional, mediante el análisis pormenorizado de la vigente **LEY GENERAL DE PUBLICIDAD**, de Noviembre de 1.988 (incluidos sus importantes antecedentes históricos, tanto españoles como europeos) y de la legislación posterior relativa, tanto, a productos y servicios especiales como a medios de comunicación.

La permanente y acelerada evolución de los mercados obliga también tanto al estudio, de la legislación autonómica de mayor trascendencia como de la reciente Legislación Europea sobre materias específicas.

TEMARIO

TEMA 1

El Concepto de Derecho. El Derecho Publicitario.

TEMA 2

La regulación jurídica de la Publicidad en España: la configuración del Derecho Publicitario Español.

TEMA 3

La Legislación Publicitaria Española hasta 1.988: el Estatuto de la Publicidad de 1964 y el Reglamento del Registro General de Publicidad de 1.965.

TEMA 4

La Constitución Española y su repercusión en la legislación publicitaria.

TEMA 5

El Derecho Comunitario y la Publicidad. La Directiva del Consejo de 10 de Septiembre de 1.984 en materia de publicidad engañosa y la Directiva del Consejo de 3 de Octubre de 1.989 sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

TEMA 6

El nuevo Derecho de la Publicidad en España: la Ley General de la Publicidad: su significado y contenido.

TEMA 7

El concepto de Publicidad en la Ley General de Publicidad y su repercusión social.

TEMA 8

La comunicación publicitaria ilícita y sus clases.

TEMA 9

La Administración Pública y la Publicidad: las potestades reglamentarias y sancionadoras.

TEMA 10

Las normativas publicitarias especiales: el artículo 8º de la Ley General de Publicidad.

TEMA 11

La contratación publicitaria: el Contrato de Publicidad, el Contrato de Difusión, el Contrato de Creación Publicitaria y el Contrato de Patrocinio.

TEMA 12

La jurisdicción en materia publicitaria. La cesación y rectificación voluntaria y la publicidad correctora.

BIBLIOGRAFÍA

ACOSTA ESTEVEZ, José B.-

PERFILES DE LA LEY GENERAL DE PUBLICIDAD.

P.P.U.

Barcelona, 1.990

CORREIDORA Y ALFONSO, Loreto.-

EL PATROCINIO. SU REGIMEN JURIDICO EN ESPAÑA Y EN LA C.E.E.

Bosch, Casa Editorial.

Barcelona, 1.991

DE LA CUESTA RUTE, José M.-

REGIMEN JURIDICO DE LA PUBLICIDAD.

Madrid, 1.977

LECCIONES DE DERECHO DE LA PUBLICIDAD.

Madrid, 1.986.

REVISTA JURIDICA DE CATALUNYA

OBSERVACIONES SOBRESER LA LEY GENERAL DE PUBLICIDAD.

Nº 4

1.989

VARIOS AUTORES.

DIRECTIVA - REVISTA JURIDICA DE ESTUDIOS MONOGRÁFICOS

EL NUEVO DERECHO DE LA PUBLICIDAD.

2º Trimestre - Nº 2

P.P.U.

Barcelona, 1.992

VARIOS AUTORES
PRIMERAS JORNADAS DE DERECHO DE LA PUBLICIDAD
Madrid, 1.980

MADRENAS I BOADAS, Carme.-
SOBRE LA INTERPRETACION DE LAS PROHIBICIONES DE PUBLICIDAD
ENGAÑOSA Y DESLEAL.
Cuadernos Civitas
Madrid, 1.990

SANTAELLA LÓPEZ, Manuel.-
EL NUEVO DERECHO DE LA PUBLICIDAD.
Civitas.
Madrid, 1.989.

DE LA CUESTA RUTE, José María
CURSO DE DERECHO DE LA PUBLICIDAD
EUNSA (EDICIONES UNIVERSIDAD DE NAVARRA S.A.)
PAMPLONA, 2002

EVALUACIÓN

Tratándose de una materia eminentemente teórica y de contenido preferentemente jurídico, esta asignatura presenta una dificultad especial para los alumnos, en absoluto acostumbrados al estudio de disposiciones jurídicas, lo que les exige un esfuerzo de memorización al que no están acostumbrados. Por ello se considera imprescindible no acumular toda la materia en un único examen final sino, por el contrario, dividirla en al menos dos parciales liberatorios previos al examen final.

