

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

501213 - GESTIÓ DE LA PROPIETAT INTEL·LECTUAL

Informació general

- Curs acadèmic 2026/27
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Obligatòria
- Curs: Tercer
- Trimestre: Tercer
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
 - Tamara Guillén García [<tguillen@tecnocampus.cat>](mailto:tguillen@tecnocampus.cat)

Llengües de docència

- Castellà

Las clases se harán íntegramente en castellano. Eventualmente se pueden facilitar materiales que pueden ser en catalán, castellano o inglés.

Les classes es faran íntegrament en castellà. Eventualment es poden facilitar materials que poden ser en català, castellà o anglès.

Classes will be taught entirely in Spanish. Occasionally, materials may be provided in Catalan, Spanish, or English

Presentació de l'assignatura

- Entendre els requisits legals per l'ús de dades personals per finalitats relacionades amb accions de màrqueting
- Comprendre els riscos i les implicacions que en matèria de privacitat, tenen noves tendències de màrqueting
- Conèixer les normes bàsiques per la protecció i respecte dels signes distintius comercials (marques, noms comercials)
- Conèixer les normes bàsiques per la protecció i respecte de continguts protegits per les normes de propietat intel·lectual
- Conèixer les formes tradicionals de protecció de continguts de creació intel·lectual i les noves tendències sorgides amb l'ús massiu de les tecnologies de la informació
- Conèixer els drets de propietat intel·lectual en les seves diferents modalitats, així com d'altra normativa tangencial: competència deslleial i pràctiques restrictives de la competència
- Comprendre la normativa bàsica de regulació de concursos i promocions

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiam que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- CB5. Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

Específica

- CE5. Reconèixer les particularitats de l'activitat de màrqueting en sectors d'activitat amb característiques específiques.
- CE13. Identificar les eines bàsiques de l'e-Màrqueting.
- CE14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió de comunitats digitals.

General

- CG1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.
- CG2. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant el canvi i estar disposats a re-avaluar els vells models mentals que limiten el pensament.

Transversal

- CT5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

No definides

Continguts

Bloc 1. Protecció de dades personals i màrqueting

Bloc dedicat a l'estudi dels principals conceptes en matèria de protecció de dades i privacitat. Començarem per un recorregut per la normativa europea i nacional en aquesta matèria. Posteriorment farem un repàs dels principals conceptes i principis de la normativa. Un cop haguen pogut integrar els esmentats objectius es treballaran les tècniques de màrqueting més comuns, els riscos legals que impliquen i les recomanacions que s'han d'implementar perquè les estratègies de màrqueting que desenvolupem en la nostra vida professional compleixin amb la legalitat.

Tema 1. Introducció: Normativa bàsica i organització institucional

- La Constitució Espanyola de 1978
- La Directiva comunitària del 1995
- Reglament Europeu de Protecció de Dades
- La Llei Orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de Protecció de Dades Personals i Garanties dels Drets Digitals
- La Llei 34/2002, de 11 de juliol, de Serveis de la Societat de la Informació i de Comerç Electrònic
- Codis de conducta i bones pràctiques del sector
- L'Agència Espanyola de Protecció de Dades
- Agències o autoritats autonòmiques
- Grup de Treball Article 29

Tema 2. Conceptes bàsics en matèria de protecció de dades

- Dada personal. Categories especials de dades personals
- Principis bàsics: Responsabilitat activa, protecció de dades des del diseny i per defecte
- Legitimació per tractar dades personals
- Consentiment i requisits. Casos especials (consentiment de menors)
- Els subjectes obligats: responsable del tractament i encarregat del tractament
- Comunicació de dades a tercers
- Comunicació comercial electrònica
- Obligacions bàsiques del responsable del tractament

Tema 3. Tractament de dades per activitats de publicitat i drets dels titulars de les dades

- Requisits bàsics per tractar dades amb finalitat publicitària
- Sistemes d'exclusió publicitària
- Llistes Robinson
- Drets dels titulars de les dades

Tema 4. Règim jurídic de les comunicacions comercials electròniques

- Màrqueting Directe. Diferències món digital i analògic
- Regulació anti-SPAM
- Opt-in / Opt-out
- Destinataris subjectes de drets
- Requisits bàsics. Regla general i excepció
- Règim sancionador

Tema 5. Noves tendències en Màrqueting i influència de la normativa de protecció de dades

- Xarxes socials
- Cookies
- Publicitat comportamental (*Online behavioural advertising*)
- Big Data

- Smartphones: màrqueting basat en la localització de l'usuari
- Creació de perfils

Bloc 2. Contractació a distància de béns i serveis

Bloc dedicat a l'estudi dels principals conceptes en matèria de contractació a distància de béns i serveis. Analitzarem els requisits legals que s'han de tenir en compte a l'hora d'implementar eines que permetin la contractació electrònica.

Tema 6. Normes bàsiques venta a través d'Internet o mitjans equivalents

- Informació mínima a facilitar
- Condicions Generals de Contractació. Contingut, acceptació i confirmació
- Drets dels consumidors
- Regulació concursos i promocions

Bloc 3. Protecció de la propietat intel·lectual en el món digital

Bloc dedicat a l'estudi dels principals conceptes en matèria de propietat intel·lectual. Debatrem entorn als reptes que planteja l'ús massiu de les tecnologies de la informació i de la comunicació així com les mesures de protecció d'obres a Internet i les millors pràctiques per no infringir drets de propietat intel·lectual. Finalment farem un recorregut pels conceptes de competència deslleial i de defensa de la competència.

Tema 7. Conceptes bàsics

- Continguts objecte de protecció. Obres originals
- Drets morals i drets d'explotació
- Durada i límits dels drets
- Formules de cessió de drets. El règim del treballador assalariat

Tema 8. Protecció dels drets de propietat intel·lectual

- Registre públic de les obres. Diferència registre declaratiu i constitutiu
- Mesures de protecció tècniques
- Copyleft: llicències Creative Commons
- Registre online d'obres protegibles

Tema 9. Normes reguladores de la competència

- Competència deslleial
- Defensa de la competència

Bloc 4. Protecció de les marques i noms comercials

Bloc dedicat a l'estudi dels signes distintius i la seva regulació legal. Analitzarem les diferents formes de protecció de marca i de la seva gestió en l'entorn digital. Finalment, farem un recorregut pels tipus de conflictes més habituals que poden sorgir entre marques i noms de domini.

Tema 10. La protecció de la marca en l'entorn digital

- Registre declaratiu. Nacional, comunitari o internacional
- Marca vs Noms de domini. Resolució de conflictes
- Riscos digitals en la protecció de la marca. Reputació de la marca
- Llicència de marca

Objectius de Desenvolupament Sostenible

No definides

Activitats i Sistema d'avaluació

SE2 Trabajo individual i/o en grup - 30%

SE4. Examen final - 70%

Qualsevol forma de frau acadèmic serà sancionada d'acord amb la normativa d'avaluació del centre. En cas que es detectin indicis de frau, inclòs l'ús indegut d'eines d'intel·ligència artificial generativa, el professorat de l'assignatura podrà convocar l'estudiant a una entrevista individual amb l'objectiu de verificar-ne l'autoria.

Bibliografia i Recursos

No definides