

Publicidad y Marketing Digital en el entorno jurídico

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Optativa
Organización temporal		Curso 4; Semestre 8
Modalidad		Presencial y Virtual
Idioma		Castellano
Contenidos	• Normativa aplicable al marketing y a la publicidad digital • Legal design y negocios publicitarios • Marco regulatorio E-sports • Autorregulación y publicidad	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC01 Comprender las implicaciones del Derecho como instrumento que sirve para regular las relaciones sociales en los marcos nacional e internacional CC02 Identificar los criterios derivados de la esencia del ordenamiento jurídico para aplicarlos en la resolución de conflictos jurídicos
	Habilidades y destrezas	HD10 Defender ideas y argumentos propios en un contexto profesional HD11 Trabajar en entornos multiculturales e internacionales en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad
	Competencias	CP02 Desarrollar destrezas y habilidades para la elección de la estrategia correcta para la defensa de los derechos de los clientes, con pleno respeto a la ética y a la deontología profesional CP03 Asesorar jurídicamente a entidades públicas, privadas y particulares con la finalidad de solucionar todas las cuestiones jurídicas que se planteen en la práctica diaria CP05 Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes CP06 Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional.
Resultados de aprendizaje MENCIÓN		
CCLT6 Conocer las sinergias existentes entre el Derecho de la publicidad y el ámbito del marketing digital CPLT2 Aplicar el derecho para resolver problemas jurídicos relacionados con el ámbito del LegalTech.		
Resultados de aprendizaje ASIGNATURA		
• Conocer la normativa aplicable al marketing y a la publicidad digital para poder prestar un asesoramiento adecuado en la materia • Conocer las tendencias en marketing y publicidad digital para dar las mejores soluciones a las problemáticas planteadas • Obtener una visión comparada de los marcos legales, de gobernanza y estandarización aplicables a estas tecnologías, para el diseño y lanzamiento de proyectos y negocios exitosos a nivel internacional		

Modalidad Presencial	Actividades formativas		Horas totales	
	Clases Expositivas		28	
	Seminarios		2	
	Clases prácticas		28	
	Tutorías		12	
	Trabajo autónomo		76	
	Prueba de evaluación final		4	
	Total		150	
	Sistemas de evaluación		MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación Final: prueba o examen presencial		50	50
	Resolución de problemas		10	30
	Estudio de casos - Proyectos		10	30
	Otras actividades de evaluación continua		0	10
	Total		70	120

Modalidad Virtual	Actividades formativas		Horas totales	
	Clases Expositivas Síncronas		13	
	Seminarios síncronos		2	
	Clases prácticas Síncronas		13	
	Actividades Dirigidas Asíncronas		30	
	Tutorías		12	
	Trabajo autónomo		76	
	Prueba de evaluación final		4	
	Total		150	
	Sistemas de evaluación		MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación Final: prueba o examen virtual		50	50
	Resolución de problemas		10	30
	Estudio de casos - Proyectos		10	30
	Otras actividades de evaluación continua		0	10
	Total		70	120