



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING

SÍLABO

Adaptado en el marco de la emergencia sanitaria por la COVID - 19

LEGISLACION COMERCIAL Y PUBLICITARIA

Asignatura no presencial

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1	Departamento Académico	:	Ciencias Administrativas y Recursos Humanos
1.2	Semestre Académico	:	2022 - II
1.3	Código de asignatura	:	024226
1.4	Ciclo	:	Quinto
1.5	Créditos	:	2
1.6	Horas semanales totales	:	4
	1.6.1 Horas de teoría y práctica	:	1HT – 2HP
	1.6.2 Horas de trabajo independiente	:	1
1.7	Requisito	:	Introducción al Derecho y Macroeconomía
1.8	Docentes	:	Delgado Zegarra, Jaime Ricardo.

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional especializada, es teórico - práctica y tiene por propósito interpretar la legislación comercial y publicitaria que el alumno deberá considerar al momento de gestionar el marketing durante las diversas etapas del ciclo de vida de sus productos y marcas.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Regulación del Mercado y de la Libre Competencia; 2. Defensa y Protección de los Consumidores; 3. Contratación y Relaciones de Mercado; 4. Regulación de la Publicidad y la comercialización.

La asignatura exige del estudiante el desarrollo y sustentación de una monografía.

III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1 Competencia

Maneja los conceptos básicos de las reglas que rigen el mercado y las relaciones entre empresas y consumidores, lo cual le permite saber ubicarse en la toma de decisiones comerciales, articuladas aspectos jurídicos.

3.2 Componentes

Capacidades

- Comprende las reglas básicas que rigen el mercado en el marco de la libre competencia.
- Toma decisiones comerciales en armonía con la regulación de la publicidad y mercadeo de productos
- Orienta las políticas de la empresa hacia la satisfacción de los consumidores y transparencia en el mercado, considerando las normas de convivencia.
- Aplica sus conocimientos sobre regulación del mercado a sus estrategias comerciales, considerando las normas éticas.

Actitudes y valores

- Respeto a la persona
- Compromiso con el desarrollo del país
- Conservación ambiental
- Búsqueda de la excelencia.

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD 1 REGULACION DEL MERCADO Y DE LA LIBRE COMPETENCIA					
CAPACIDAD: Comprende las reglas básicas que rigen el mercado en el marco de la libre competencia.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS DE TRAB. INDEP.
1	<ul style="list-style-type: none"> Régimen Económico: Economía Social de Mercado. Libre competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> Presenta el silabo: Competencia, capacidades, contenidos. Normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes. Desarrolla cuadro comparativo sobre sistemas económicos y describe las modalidades de competencia desleal. 	Sesión en línea N°1 Evaluación diagnóstica Foro	1HT	1
		<ul style="list-style-type: none"> Lee y analiza el artículo "Régimen económico y Libre Competencia" de Jaime Delgado Zegarra (aula virtual, clase 1). Visionado de video sobre Libre competencia. https://www.youtube.com/watch?v=4IEzn6FJmvM. 	Actividad aplicativa N°1 Recensión de video Reporte -Tarea	2HP	
2	<ul style="list-style-type: none"> Prácticas colusorias horizontales 	<ul style="list-style-type: none"> Explica la concertación de precios y restricciones de la competencia en el mercado. Organiza equipos para el Trabajo de Investigación Formativa - TIF: Monografía sobre situaciones jurídicas de un tópico de la asignatura. Presenta la Guía para Desarrollar la Investigación Formativa. 	Sesión en línea N°2 Formación de equipos Turoría	1HT	1
		<ul style="list-style-type: none"> Lee y analiza el artículo "Necesidad de una ley antimonopolio" por Jaime Delgado Zegarra en "Competidores o monopolistas" pág. 9 a 32 (aula virtual clase N° 2). 	Actividad aplicativa N°2 Control de lectura	2HP	
3	<ul style="list-style-type: none"> Propiedad Industrial. Registro de marcas de productos y servicios. Derecho sobre los nombres comerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> Analiza los derechos de dominio sobre la creación de signos distintivos que identifican un negocio, en una recensión. 	Sesión en línea N°3 Foro	1HT	1
		<ul style="list-style-type: none"> Lee y analiza "La Propiedad Intelectual, el uso de la marca como herramienta del mercado" por Luis Alonso García Muñoz Najár, pág. 13 a 43 http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/PROPIEDAD_INTELECTUAL.pdf. Visionado de video sobre propiedad intelectual https://www.youtube.com/watch?v=mjrkOgzPoJc 	Actividad aplicativa N°3 Recensión de video Control de lectura	2HP	
4	<ul style="list-style-type: none"> Propiedad Intelectual y Derechos de Autor. Titulares del derecho. Alcance de la protección. Trámite de Registro. 	<ul style="list-style-type: none"> Analiza los alcances de los derechos de autor y sus límites y requisitos para su protección. 	Sesión en línea N°4 Foro	1HT	1
		<ul style="list-style-type: none"> Visionado de video sobre derechos de autor: https://www.youtube.com/watch?v=QpnI8vVQt_I. Presenta el Plan del Trabajo de Investigación Formativa -TIF. 	Actividad aplicativa N°4 Recensión de video Monitoreo I	2HP	

UNIDAD 2
DEFENSA Y PROTECCION DE LOS CONSUMIDORES

CAPACIDAD:

Toma decisiones comerciales en armonía con la regulación de la publicidad y mercadeo de productos

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS DE TRAB. INDEP.
5	<ul style="list-style-type: none"> Noción de consumidor, ámbito de cobertura y exclusiones. 	<ul style="list-style-type: none"> Presenta las características de las relaciones con los proveedores. Ámbito de protección. 	Sesión en línea N°5 Exposición - Diálogo Foro	1HT	1
		<ul style="list-style-type: none"> Visionado del video "Historia de dos Cerebros" - Mark Gungorn https://www.youtube.com/watch?v=ZLOdvNy5keA Visionado del Video sobre "estilos de Vida" Rolando Arellano https://www.youtube.com/watch?v=iT_j5WueKIQ. 	Actividad aplicativa N°5 Recensión de video Foro	2HP	
6	<ul style="list-style-type: none"> Rol del Estado en la Protección del Consumidor. 	<ul style="list-style-type: none"> Presenta el rol del Estado en la protección del consumidor, los principios y políticas de Estado para la protección del consumidor Lectura "Consumo al Desnudo" por Jaime Delgado Zegarra, pág. 9 a 32. 	Sesión en línea N°6 Exposición - Diálogo	1HT	1
		<ul style="list-style-type: none"> Dilema ético: Inoperancia de las organizaciones públicas frente a la protección al consumidor. Reflexiona los valores institucionales de la USMP Casos: ONP, Indecopi, Osiptel, Osinergrmin, Defensoría del Pueblo. 	Actividad aplicativa N°6 Informe sobre dilema y reflexión de los valores institucionales	2HP	
7	<ul style="list-style-type: none"> Derechos de los Consumidores I. La calidad y su referencia a las normas y reglamentos técnicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica, a través de casos de estudio, infracciones a los derechos de los consumidores. 	Sesión en línea N°7 Exposición - Diálogo	1HT	1
		<ul style="list-style-type: none"> Lectura el artículo sobre el uso de plaguicidas por Jaime Delgado y otros. https://www.scielosp.org/article/rpsp/2018.v42/e3/ Presenta el avance del Trabajo de Investigación Formativa – TIF, con la recopilación y análisis de la información 	Actividad aplicativa N°7 Recensión de lecturas Monitoreo II Tutoría	2HP	
8	<ul style="list-style-type: none"> Derechos del consumidor II. Derecho a elegir libremente, derecho de ser escuchado y reclamar, derecho a un trato digno. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica derechos de los consumidores a través de casos. Explica conceptos sobre el derecho a la Información: exhibición de precios, normas sobre etiquetado de productos. 	Sesión en línea N°8 Exposición - Diálogo	1HT	1
		Examen Parcial: Evalúa las capacidades de la primera y segunda unidad de aprendizaje		Actividad aplicativa N°8 Evaluación	

**UNIDAD 3
CONTRATACION Y RELACIONES DE MERCADO**

CAPACIDAD:

Orienta las políticas de la empresa hacia la satisfacción de los consumidores y transparencia en el mercado, considerando las normas de convivencia.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS DE TRAB. INDEP.
9	<ul style="list-style-type: none"> Contratos de consumo y práctica comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica los aspectos legales e ilegales en la contratación entre proveedores y consumidores. 	Sesión en línea N°9 Exposición – Diálogo Foro	1HT	1
		<ul style="list-style-type: none"> Lectura: Derecho a ingresos al cine con sus propios alimentos Visionado del video “Derecho a llevar su canchita al cine” https://www.youtube.com/watch?v=75P075zv7y4 	Actividad aplicativa N°9 Recensión de video Foro	2HP	
10	<ul style="list-style-type: none"> Regulación de la contratación privada entre proveedores y consumidores Solución de conflictos entre proveedores y consumidores. Libro de Reclamaciones. Mediación y Conciliación 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica y analiza las mejores vías para la solución de conflictos entre empresa y consumidores. Maneja las herramientas para la solución de reclamos acorde a la normatividad vigente. Lectura: “Libro de Reclamaciones” por Jaime Delgado y otros (pág. 7 a 30). 	Sesión en línea N°10 Foro	1HT	1
		<ul style="list-style-type: none"> Visionado de videos sobre reclamo y libro de reclamaciones. El reclamo es un regalo: https://www.youtube.com/watch?v=TNvKS27chqA Libro de reclamaciones: https://www.youtube.com/watch?v=FEYBKC6dhsg. 	Actividad aplicativa N°10 Recensión de videos Foro	2HP	
11	<ul style="list-style-type: none"> Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y Congreso Internacional de la Facultad (CIFA). 	<ul style="list-style-type: none"> Elabora reportes de participación en la Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y en el CIFA. 	Sesión en línea N°11 Conferencias y seminarios de discusión	1HT	1
			Actividad aplicativa N°11 Actividad aplicativa Elaboración de reportes	2HP	
12	<ul style="list-style-type: none"> Régimen regulatorio de los servicios públicos. Principios generales Regímenes tarifarios. Regulación de mercados específicos: Mercado inmobiliario, Servicios educativos, Servicios de transporte de pasajeros. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica las características regulatorias de cada uno de estos servicios y las vías que tienen los usuarios en la reclamación. Identifica la naturaleza jurídica de la publicidad y de la propaganda y sus respectivas diferencias, ejemplo caso Cheetos. 	Sesión en línea N°12 Foro	1HT	1
		<ul style="list-style-type: none"> Visionado de Video “Etiquetado de Transgénicos” Jaime delgado, https://bit.ly/3bNje5u. Lectura “Los servicios públicos en el Perú” por Luis Reyna y Karen Ventura; http://www.administracion.usmp.edu.pe/institutoconsumo/wp-content/uploads/2013/08/Servicios-P%C3%BAblicos-en-el-Per%C3%BA-UNAM.pdf Presenta el esquema de redacción de la monografía del Trabajo de Investigación Formativa - TIF 	Actividad aplicativa N°12 Presentación efectiva Monitoreo III	2HP	

UNIDAD 4
REGULACION DE LA PUBLICIDAD Y LA COMERCIALIZACION

CAPACIDAD:

Aplica sus conocimientos sobre regulación del mercado a sus estrategias comerciales, considerando las normas éticas.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS DE TRAB. INDEP.
13	<ul style="list-style-type: none"> Régimen de la publicidad. Libertad de expresión y creatividad. Manifestaciones ilícitas de la publicidad: Publicidad engañosa 	<ul style="list-style-type: none"> Analiza y Juzga los anuncios comerciales con los criterios establecidos por la ley. Describe los aspectos fundamentales que regulan la publicidad en los diferentes ámbitos de la producción. 	Sesión en línea N°13 Foro	1HT	1
		<ul style="list-style-type: none"> Publicidad: Régimen Jurídico y Práctica Comercial, por Jaime Delgado y Crisólogo Cáceres (Pág. 17 a 38) 	Actividad aplicativa N°13 Recesión	2HP	
14	<ul style="list-style-type: none"> Régimen especial para algunas modalidades de publicidad: publicidad comparativa, publicidad y marketing de medicamentos. Regulación de las promociones comerciales de desistimiento de los consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> Analiza los anuncios y maneja las herramientas necesarias para determinar su licitud. Construye una campaña publicitaria con sujeción a las normas que regulan la publicidad. Organiza una promoción comercial cumpliendo los requisitos de ley. 	Sesión en línea N°14 Exposición - Diálogo	1HT	1
		<ul style="list-style-type: none"> Visionado de Video: Publicidad engañosa, entrevista en diario La República, Perú. Junio 2017, caso marca "Pura Vida": https://bit.ly/2VzdQxc Presenta la monografía final sobre el Trabajo de Investigación Formativa. 	Actividad aplicativa N°14 Monitoreo IV Tutoría	2HP	
15	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación de experiencias investigativas en la elaboración de la monografía. 	<ul style="list-style-type: none"> Realiza exposiciones interactivas sobre aspectos cognitivos, procedimentales y actitudinales manifestados en la elaboración de la monografía. 	Sesión en línea N°15 Presentaciones efectivas por equipos Tutoría	1HT	1
		<ul style="list-style-type: none"> Realiza exposiciones interactivas sobre aspectos cognitivos, procedimentales y actitudinales manifestados en la elaboración de la monografía. 	Actividad aplicativa N°15 Presentaciones efectivas por equipos Tutoría	2HP	
16	Examen final: Tiene carácter integrador, evalúa la competencia de la asignatura y las capacidades de las cuatro unidades de aprendizaje		Sesión en línea N°16 Evaluación	1HT	1
			Actividad aplicativa N°16 Retroalimentación	2HP	

--	--	--	--	--

V. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

La actividad docente en las sesiones y experiencias independientes de aprendizaje se orientan al desarrollo de capacidades y la construcción de saberes por los estudiantes, aplicables en distintos contextos de desempeño personal y social. En cumplimiento de la exigencia de la acreditadora ECBE, se reconoce las horas de trabajo independiente (HTI) que dedican los estudiantes a su autoformación y al cumplimiento de las tareas académicas asignadas, adicionales a las de contacto, presencial o en línea, y las horas dirigidas de tutoría (HD), para el logro de los aprendizajes esperados.

Según la naturaleza de la asignatura, el profesor podrá utilizar las estrategias del aprendizaje y enseñanza basado en problemas, las técnicas de la problematización y la contextualización de los contenidos educativos, el estudio de casos, la lectura comprensiva (recensión), sesiones en línea, diversos tipos de foros, videos explicativos grabados, videos complementarios de soporte, plataformas web para simulaciones y el análisis de información, así como diversas formas de comunicación educativa asincrónica, entre otros. Especial mención merece la aplicación del método investigativo orientado a la búsqueda creadora de información, que propicia en el estudiante un mayor nivel de independencia cognoscitiva y pensamiento crítico, acorde con las exigencias de la sociedad actual, caracterizada por el valor del conocimiento y su aplicación práctica en la solución de problemas que nos plantea la realidad y el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

Por ello, de acuerdo con el modelo educativo, el profesor se constituye en un auténtico mediador entre la cultura, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los estudiantes; orienta y facilita, con iniciativa y creatividad, el proceso de construcción de sus conocimientos. Proporciona información actualizada y resuelve dudas de los estudiantes incentivando su participación activa.

El estudiante asume responsabilidad en la construcción de sus conocimientos durante las sesiones, en los trabajos por encargo asignados y en la exigencia investigativa del cumplimiento del sílabo.

VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

Libros digitales, portafolio, sesiones en línea, foros, chats, correo, video tutoriales, wikis, blog, e-books, videos explicativos, organizadores visuales, presentaciones multimedia, entre otros.

VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación del aprendizaje comprende:

- **Evaluación diagnóstica.** Se realiza al inicio de la asignatura y de las sesiones de aprendizaje, para conocer los saberes que los estudiantes poseen al emprender el estudio de los contenidos educativos programados y sirve al profesor para adoptar las decisiones académicas pertinentes. Su aplicación es de responsabilidad profesional en su función docente.
- **Evaluación de proceso (EP).** Se realiza a través de la observación progresiva del desempeño del estudiante en la realización de la exigencia académica de la asignatura y las actividades de aprendizaje significativo previstas en el sílabo. **Evalúa preferentemente el saber hacer y las actitudes** de las capacidades demostradas por los estudiantes. Se consolida y reporta mensualmente al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, en las fechas programadas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las evaluaciones mensuales que corresponde al desempeño académico del estudiante: $EP = (EP1 \times 0.25) + (EP2 \times 0.25) + (EP3 \times 0.25) + (EP4 \times 0.25)$.
- **Evaluación de resultados (ER).** Se realiza mediante la aplicación de un examen parcial (Ep) y otro examen final (Ef), elaborados técnicamente por el profesor, considerando los siguientes dominios de aprendizaje: a) conocimiento (manejo de información), b) comprensión, c) aplicación, d) análisis, e) síntesis y f) evaluación (juicio de valor), **examinándose preferentemente el saber conceptual y el saber hacer.** Los resultados son reportados al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, dos veces durante el semestre, en las fechas establecidas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las dos evaluaciones escritas programadas: $ER = (Ep \times 0.4) + (Ef \times 0.6)$.

El Promedio final (PF) resulta de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$PF = \frac{EP + ER}{2}$$

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

8.1. Bibliográficas

- Delgado, J. (2011). *Consumo al desnudo*. Perú: Ed. El Búho EIRL
- Muñoz - Najjar, L. A. (2009) Propiedad Intelectual: El uso de la marca como herramienta de mercado. USAID/Perú/Mype Competitiva. Perú.

8.2. Hemerográficas

- Revista Consumo Respeto, www.aspec.org.pe ASPEC, Perú.

8.3. Electrónicas

- Federal Trade Commission, USA <http://www.ftc.gov>,
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual, INDECOPI www.indecopi.gob.pe
- Organismo Supervisor de la Inversión en Telecomunicaciones, OSIPTEL www.osiptel.gob.pe

Sistematizado por: Evelio Ventura Villanueva

Fecha: 30 de julio de 2022

Revisión pedagógica: René Del Águila Riva