

# GUÍA DOCENTE

MÁSTER OFICIAL SISTEMAS Y SERVICIOS EN LA  
SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

*Asignatura*

**Propiedad industrial, nombres de dominio y  
publicidad**

Prof. Felipe Palau Ramírez  
Prof. Juan Ignació Ruiz Periz



VNIVERSITATIS VALÈNCIAE

DEPARTAMENT DE DRET MERCANTIL "MANUEL BROSETA PONT"

## **TABLA DE CONTENIDOS DE ESTA GUÍA DOCENTE**

<b>I.- DATOS INICIALES DE IDENTIFICACIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>II.- INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA.....</b>	<b>3</b>
<b>III.- VOLUMEN DE TRABAJO.....</b>	<b>4</b>
<b>IV.- OBJETIVOS GENERALES.....</b>	<b>4</b>
<b>V.- CONTENIDOS MÍNIMOS.....</b>	<b>4</b>
<b>VI.- DESTREZAS A ADQUIRIR.....</b>	<b>4</b>
<b>VII.- HABILIDADES SOCIALES.....</b>	<b>5</b>
<b>VIII.- TEMARIO Y PLANIFICACIÓN TEMPORAL.....</b>	<b>5</b>
<b>IX.- CRONOGRAMA.....</b>	<b>6</b>
<b>X.- BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA.....</b>	<b>6</b>
<b>XI.- RECURSOS EN INTERNET.....</b>	<b>6</b>
<b>XII.- METODOLOGÍA .....</b>	<b>7</b>
<b>XIII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.....</b>	<b>7</b>

## I.- Datos iniciales de identificación

<b>Nombre de la asignatura:</b>	Propiedad industrial, nombres de dominio y publicidad.
<b>Carácter:</b>	Asignatura optativa
<b>Titulación:</b>	Postgrado en Sistemas y Servicios de la Sociedad de la Información. Especialidad Derecho
<b>Departamento:</b>	Derecho Mercantil “Manuel Broseta Pont”
<b>Profesor responsable:</b>	Responsables de la Asignatura: Felipe Palau Ramírez Profesor TU de Derecho Mercantil Juan Ignacio Ruiz Peris Profesor TU de Derecho Mercantil

## II.- INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA

Derecho de la Propiedad Industrial, nombres de dominio y publicidad es una asignatura optativa dentro de la especialidad de Derecho del Master.

El desarrollo y generalización del uso de Internet en todos los ámbitos sociales y económicos ha conllevado no sólo la necesidad de regular los nombres de dominio en cuanto instrumentos diferenciadores de los recursos de internet, sino también la de adaptar las normas de propiedad industrial y publicidad a los mismos. Si la función que tienen asignada los nombres de dominio es la identificar localizar los distintos recursos de la red, de manera que permiten una fluida navegación en la misma, pronto asumen también en muchos casos una función publicitaria e incluso identificadora de productos y servicios o de empresas. Ello plantea conflictos entre los signos distintivos y los nombres de dominio, así como la necesidad de proteger a los consumidores respecto a los mensajes publicitarios recibidos vía internet.

Por otra parte, la inversión en tecnologías de la información y comunicación constituye desde el punto de vista empresarial un activo inmaterial para las empresas que, como tal, desean proteger. Aparte de la protección del software como creación intelectual, se plantea la posibilidad de proteger como modalidad de propiedad industrial, como patente o modelo de utilidad, avances técnicos aplicados a programas de ordenador. En la asignatura se abordará esta posibilidad de protección de dichos avances como modalidad de propiedad intelectual.

En definitiva, en esta asignatura se adquirirán los conocimientos teórico-prácticos que permitirán identificar los sistemas de protección aplicables al entorno Internet a través del sistema de Propiedad Industrial y con el sistema de nombres de dominio con el fin de evitar los problemas de identificación en la red. Por otra parte, conseguirá unos conocimientos como especialista en relación con los límites que el Derecho de la publicidad fija. En particular, obtendrá capacidad para desarrollar programas de control del spam y programas que mitiguen posibles supuestos ilícitos de publicidad y de competencia desleal en internet.

### III.- VOLUMEN DE TRABAJO

	Horas/curso
ASISTENCIA A CLASES	27
ESTUDIO PREPARACIÓN CLASES	34
ESTUDIO PREPARACIÓN DE TRABAJOS	45
REALIZACIÓN DE PRUEBAS Y EXÁMENES	0
ASISTENCIA A SEMINARIOS	0
ASISTENCIA A TUTORÍAS	3'5
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	3
<b>TOTAL VOLUMEN DE TRABAJO</b>	<b>112'5</b>

### IV.- OBJETIVOS GENERALES

- ✓ Formación especializada en nombres de dominio, propiedad industrial y publicidad aplicada a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación.
- ✓ Desarrollo de la capacidad del discente no sólo para utilizar las inversiones en TICs como instrumento de fomento de la transparencia empresarial, sino también para aprovecharse de ellas como activo inmaterial de la empresa.
- ✓ Permitir obtener conocimientos en herramientas jurídicas y tecnológicas que permitan aplicar medidas de prevención de posibles conflictos entre nombres de dominio y signos distintivos.
- ✓ Capacitará para el asesoramiento en materia propiedad industrial, publicidad y competencia desleal relacionadas con las TICs.

### V.- CONTENIDOS MÍNIMOS

Se pretende el acceso al conocimiento básico respecto de los siguientes contenidos de la asignatura:

**Unidad 1: Nombres de dominio (I)**

**Unidad 2: Los nombres de dominio (II)**

**Unidad 3: Las marcas en Internet.**

**Unidad 4: Derecho de patentes e internet.**

**Unidad 5: Publicidad en internet (I)**

**Unidad 6: Publicidad en internet (II)**

### VI.- DESTREZAS A ADQUIRIR.

- a. Conocimiento de vocabulario y terminología básica de la disciplina.
- b. Comprensión de los conceptos y problemas fundamentales.
- c. Conocimiento de autores, bibliografía, documentación.
- d. Resolución de problemas jurídicos prácticos bajo determinadas condiciones.

- e. Utilización correcta de las fuentes jurídicas y de las bases de datos y recursos de internet sobre la disciplina.
- f. Capacidad de síntesis e interpretación de la abundante y dinámica información.
- g. Habilitación del alumno y del profesor en la docencia aprovechando medios virtuales y flexibilidad en el manejo de las herramientas informáticas y de los recursos de la red.

## VII.- HABILIDADES SOCIALES.

- ✓ Capacidad de trabajar utilizando tecnologías de la información y de la comunicación (Correo electrónico, participación en foros de Internet, búsqueda de información en red, etc.)
- ✓ Habilidades de argumentar desde criterios racionales a la hora de seleccionar el tipo de tecnología y su uso funcional.
- ✓ Capacidad de comunicarse por escrito construyendo escritos comprensibles y organizados.

## VIII.- TEMARIO Y PLANIFICACIÓN TEMPORAL

### **Tema 1: Nombres de dominio (I)**

1. Concepto y clases.
2. Nombres de dominio de primer nivel.
3. Nombres de dominio de segundo nivel.
4. Nombres de dominio de tercer nivel.
5. Asignación y régimen jurídico de los nombres de dominio “.es”.
6. Asignación y régimen jurídico de los nombres de dominio “.eu”.

### **Tema 2: Los nombres de dominio (II)**

1. Protección jurídica de los nombres de dominio.
2. Uso del nombre de dominio y conflicto con otros signos.
3. Responsabilidad de las autoridades de asignación por infracción de derechos de terceros.
4. Prohibición de transmitir nombres de dominio.
5. Cancelación del nombre de dominio.

### **Tema 3: Las marcas en Internet**

1. La utilización de marcas ajenas para identificar productos o servicios en la red.
2. Conflictos entre marcas y nombres de dominio.
3. Sistemas de resolución de conflictos entre marcas y nombres de dominio.
4. *Meta-tagging*.
5. *Keyword banners*.
6. *Linking, deep linking, framing*.

### **Tema 4: Derecho de patentes e internet.**

1. Protección jurídica del hardware: requisitos de patentabilidad; las topografías de productos semiconductores o “chips”.
2. Protección jurídica del software: sistemas de protección.
3. Protección jurídica del software: estado de la cuestión en Derecho comunitario.

### **Tema 5: Publicidad en internet (I)**

1. Delimitación: hacia un concepto de publicidad en Internet.
2. Régimen general sobre competencia desleal y publicidad y su aplicación a la publicidad en Internet.
3. Régimen jurídico especial sobre publicidad en internet.
4. La publicidad y comercio electrónico.

### **Tema 6: Publicidad en internet (II)**

2. Las promociones publicitarias en internet.
3. La información invisible (las *cookies*).
4. El envío masivo de publicidad (el *spam*).
5. *Banners* engañosos y metaetiquetas.
6. La autorregulación publicitaria en internet.

## **IX.- CRONOGRAMA**

Se incluirá un cronograma igual para todas las guías docentes cuando se determine definitivamente el horario.

## **X.- BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA**

*Webs de referencia que se irán proporcionando en el transcurso de las sesiones y que aparecerán en un documento específico en el espacio de aula virtual correspondiente a la asignatura.*

### **Bibliografía básica:**

DE MIGUEL, P. A., *Derecho privado de internet*, Civitas, Madrid, 2001, 583 p.

GARCÍA VIDAL, A., *El derecho español de los nombres de dominio*, Comares, 2004, 264 p.

GARCÍA VIDAL, A., *Derecho de marcas e internet*, Tirant lo Blanch, 2002, 413 p.

GÓMEZ-SEGADE, J. A., *Tecnología y Derecho. Estudios jurídicos del Profesor Dr. h. c. José Antonio Gómez Segade recopilados con ocasión de la conmemoración de los XXV años de cátedra*, Editorial Marcial Pons, Madrid-Barcelona, 2001.

MASSAGUER, J., “Las marcas en Internet”, en GIMENO-BAYÓN, R. *Derecho de marcas*, Bosch, Barcelona, 2003, p. 319-352.

TATO, A., “Aspectos jurídicos de la publicidad en Internet”, *Revista de la Asociación de Autocontrol de la Publicidad*, número 42, 2000.

## **XI- Recursos en internet**

*Sobre Derecho e internet: ver [www.derechotics.com](http://www.derechotics.com)  
Aula virtual de la UV.*

## XII- METODOLOGÍA

La orientación de la asignatura es teórico-práctica, pues de otra forma no podría ser entendida en toda su extensión debido fundamentalmente a la rápida evolución del fenómeno jurídico informático y su repercusión en el Derecho de los nombres de dominio, de marcas, de patentes y de publicidad.

Se plantea la docencia sobre la base de la lección magistral, si bien la metodología de impartición prevista será activa y participativa por parte del alumno, siendo por ello del todo necesario que el alumno trabaje el material recomendado para cada sesión con anterioridad a que ésta se imparta.

En cada una de las sesiones habrá lugar para la utilización y aplicación de los conocimientos jurídico-técnicos a supuestos prácticos.

Del mismo modo deberá realizar los trabajos en el plazo indicado por el profesor, y en su caso las exposiciones que estime oportunas.

## XIII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Como elementos valorativos se tendrán en cuenta los siguientes factores:

**a) Asistencia y participación en la clase y en el curso:** controlada por el docente y valorada no sólo cuantitativamente sino cualitativamente. La participación, dedicación y entrega en el curso podrá valorarse en virtud de la realización de actividades para contribuir a la buena marcha colectiva del curso solicitados por parte del docente del mismo.

**b) Realización de trabajos** relativos a materias contenidas en el programa de la asignatura que deberán ser objeto de exposición en clase, y en otros casos objeto de entrega al finalizar el curso.

**c) Examen final.**