

**UNIVERSIDAD NUEVA ESPARTA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE DISEÑO**

**DISEÑO CURRICULAR
DERECHO MERCANTIL**

CÓDIGO DE LA ESCUELA: 15-17247		PENSUM: Abril 1997
ASIGNATURA: Derecho Mercantil		CÓDIGO DE ASIGNATURA: 15-0207
SEMESTRE: 5	UNIDADES CREDITOS: 2	TOTAL HORAS/SEMESTRE: 32

PRELACIÓN	ELABORACIÓN	REVISADO POR
15-0491	Prof. Xiomara Serrano Matos	Prof. Carolina Díaz
-	Fecha: Diciembre 2003	Fecha: Enero 2004

OBJETIVO GENERAL

Al finalizar el curso los participantes estarán en capacidad de determinar e identificar la importancia del Derecho Mercantil y sus fuentes legales; los actos de comercio; aspectos formales que han de cumplir y los signos de su reconocimiento.

UNIDAD I: EL DERECHO MERCANTIL

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dado el contenido de la unidad, los participantes serán capaces de sintetizar la evolución histórica, los caracteres y las fuentes del Derecho Mercantil.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Describir las nociones del Derecho Mercantil.

1.2.2. Reconocer las fuentes que establecen el Derecho Mercantil.

2. Contenidos:

2.1. Noción del Derecho Mercantil.

2.2. Evolución Histórica.

2.3. Concepto y caracteres del Derecho Mercantil.

2.4. Intervención del Estado en el Ejercicio del Comercio.

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Exposición del Profesor.

3.2. Phillips 66.

3.3. Discusión dirigida.

UNIDAD II: LOS ACTOS DE COMERCIO Y EL COMERCIANTE

1. Objetivos de la Unidad:

- 1.1. Objetivo Terminal:
Dado el contenido de la unidad, los participantes serán capaces de analizar detalladamente los actos de comercio y quienes son considerados comerciantes.
- 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Describir los actos de comercio.
 - 1.2.2. Explicar la regulación del ejercicio de los actos de comercio.
 - 1.2.3. Inferir sobre lo que es el Comercio Electrónico.
2. Contenidos:
 - 2.1. La actividad comercial.
 - 2.2. Concepto y clasificación de los actos de comercio.
 - 2.3. Actos de comercio objetivo y subjetivo.
 - 2.4. Definición del comerciante.
 - 2.5. Ejercicio del comercio por los menores, la mujer casada y las entidades públicas.
 - 2.6. El Comercio Electrónico.
3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Exposición del profesor.
 - 3.2. Discusión dirigida.
 - 3.3. Estudio y simulación de casos.
 - 3.4. Taller.

UNIDAD III: SIGNOS DISTINTIVOS, CONTABILIDAD, PUBLICIDAD Y REGISTRO MERCANTIL

1. Objetivos de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:
Dado el contenido de la unidad, los participantes serán capaces de analizar cuales son los requisitos para efectuar registros mercantiles.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Reconocer las características en cuanto a signos, denominación, contabilidad y registro de los actos mercantiles.
2. Contenidos:
 - 2.1. Signos distintivos.
 - 2.2. Firma o razón social.
 - 2.3. Denominación Social.
 - 2.4. Firma personal o individual.
 - 2.5. Firma Social o Colectiva.
 - 2.6. Breve noción sobre el Fondo de Comercio.
 - 2.7. Obligaciones del Comerciante.
 - 2.8. La Contabilidad Mercantil.
 - 2.9. La Publicidad y el Registro Mercantil.
 - 2.10. Importancia.
 - 2.11. Documentos que deben ser registrados.

3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Panel.
 - 3.2. Exposición del profesor.
 - 3.3. Taller.
 - 3.4. Estudio y simulación de casos.
 - 3.5. Discusión dirigida.

UNIDAD IV: REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

1. Objetivos de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Dado el conocimiento de la unidad, los participantes serán capaces de analizar cuales son los requisitos para dar protección a una marca, un lema, una denominación comercial o bien el emblema de una compañía y que trámites debe realizar para que se les garantice la concesión efectiva de los derechos de la Propiedad Intelectual.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Distinguir las modalidades de Propiedad Industrial y conocer los procedimientos para obtener la protección jurídica a las mismas.
2. Contenidos:
 - 2.1. Nociones básicas sobre la Propiedad Industrial e Intelectual.
 - 2.2. Servicio Autónomo de Propiedad Intelectual.
 - 2.3. El Registro de Marcas, denominaciones comerciales y emblemas.
 - 2.4. Las patentes.
 - 2.5. El Derecho de Autor.
 - 2.6. Régimen Jurídico.
 - 2.7. Protección.
3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Exposición del profesor.
 - 3.2. Discusión dirigida.
 - 3.3. Estudio y simulación de casos.
 - 3.4. Taller.

UNIDAD V: LAS SOCIEDADES MERCANTILES

1. Objetivos de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Dado el contenido de la unidad, los participantes serán capaces de analizar, desde todo punto de vista, las Sociedades Mercantiles.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Reconocer las características de las diferentes sociedades.
 - 1.2.2. Describir las características y diferencias de las Sociedades Civiles y de las Sociedades Mercantiles y determinar la conveniencia de sus fórmulas en casos concretos.

2. Contenidos:
 - 2.1. La Asociación y la Sociedad.
 - 2.2. Concepto y diferencias.
 - 2.3. Sociedades Civiles.
 - 2.4. Sociedades Cooperativas.
 - 2.5. Sociedades Mercantiles.
 - 2.6. Conceptos y diferencias.
 - 2.7. Sociedades Regulares e Irregulares.
 - 2.8. La Sociedad como Contrato.
 - 2.9. Naturaleza jurídica.
 - 2.10. Características.
 - 2.11. Modificaciones de Contrato Social.
 - 2.12. Transformación, fusión, disolución y liquidación.
 - 2.13. Clases de sociedades comerciales.
 - 2.14. La Sociedad en Nombre Colectivo.
 - 2.15. La Sociedad en Comandita.
 - 2.16. La Sociedad Anónima: constitución, capital social, acciones, asambleas, administración, comisarios, balance y dividendos.
 - 2.17. Disolución.
 - 2.18. Sociedades de Responsabilidad Limitada.

3. Estrategias metodológicas:
 - 3.1. Exposición del profesor.
 - 3.2. Taller.
 - 3.3. Discusión dirigida.
 - 3.4. Estudio y simulación de casos.

UNIDAD VI: TITULOS VALORES

1. Objetivos de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Dado el contenido de la unidad, los participantes serán capaces de explicar en que consisten los títulos valores mercantiles y diferenciar cada uno de ellos.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Identificar, describir y analizar los conceptos y tipos de Títulos Valores.

2. Contenidos:
 - 2.1. Los Títulos Valores: concepto y clasificación.
 - 2.2. La letra de cambio: emisión y requisitos.
 - 2.3. La aceptación.
 - 2.4. El aval.
 - 2.5. El endoso.
 - 2.6. El vencimiento y el pago.
 - 2.7. El protesto.
 - 2.8. La responsabilidad cambiaria.
 - 2.9. Acción cambiaria.
 - 2.10. El pagaré: concepto, forma y requisitos.

- 2.11. El cheque: concepto, forma y requisitos.
- 2.12. Los cheques de viajero. La tarjeta de crédito.

3. Estrategias Metodológicas:

- 3.1. Exposición del profesor.
- 3.2. Taller.

UNIDAD VII: DEL ATRASO DE LA QUIEBRA

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dado el contenido de la unidad, los participantes serán capaces de adoptar decisiones en casos de atraso o quiebra.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Inferir las condiciones, fundamentos y consecuencias del atraso y de la quiebra para tomar decisiones en casos concretos.

2. Contenidos:

- 2.1. El estado de atraso: concepto, fundamento, condiciones.
- 2.2. Revocatoria.
- 2.3. La quiebra: concepto, naturaleza, condiciones.
- 2.4. Clasificación de la quiebra.
- 2.5. Calificación. Rehabilitación.
- 2.6. Órganos legales y auxiliares.

3. Estrategias Metodológicas:

- 3.1. Exposición del profesor.
- 3.2. Estudio y simulación de casos.
- 3.3. Discusión dirigida.

UNIDAD VIII: EL CONTRATO DE SEGURO

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dado el contenido de la unidad, los participantes serán capaces de determinar la importancia del Contrato de Seguro.

1.2. Objetivos Específicos:

- 1.2.1. Reconocer los elementos fundamentales de los contratos de seguro.
- 1.2.2. Deducir la forma de contratación de los seguros en general y de aquellos que requiere la empresa.

2. Contenidos:

- 2.1. El contrato de seguro.
- 2.2. Definición.
- 2.3. Condiciones y elementos característicos.

- 2.4. El siniestro.
 - 2.5. El riesgo.
 - 2.6. La prima.
 - 2.7. La póliza.
 - 2.8. La indemnización.
 - 2.9. Objeto del contrato de seguro.
 - 2.10. Nociones básicas sobre algunas clases de Contratos de Seguro.
 - 2.11. El seguro contra robos.
 - 2.12. El seguro de vida.
 - 2.13. El seguro contra incendio.
 - 2.14. Seguros contra accidentes de tránsito.
 - 2.15. El seguro de Responsabilidad Civil.
 - 2.16. El lucro cesante.
 - 2.17. El daño emergente.
 - 2.18. Seguros colectivos contra accidentes.
 - 2.19. Responsabilidad del asegurador y del asegurado.
 - 2.20. Anexos sobre terremoto, motín y conmoción civil.
 - 2.21. El Reaseguro.
 - 2.22. La fianza.
3. Estrategia Metodológica:
- 3.1. Seminario.
4. Evaluación:
El docente determinará el Plan Cronograma, las fechas y los tipos de evaluaciones. Adoptará en las pruebas las normas establecidas en el Reglamento de Evaluación de la Universidad Nueva Esparta.

BIBLIOGRAFÍA:

Cabanellas de Torres, Guillermo. “Diccionario Jurídico Elemental”. (Edición actualizada, corregida y aumentada por Guillermo Cabanellas de las Cuevas). Ed. Heliasta. 1.998. Argentina.

Garay, Juan. “Código de Comercio”. Anotado. Librería Ciafré. 1.999.

Barboza P., Ely S. “Derecho Mercantil”. Manual Teórico Práctico. Quinta Edición. Ed. Mc. Graw-Hill Interamericana.

Mármol, Hugo “Fundamentos de Derecho Mercantil” Parte General. UCAB. Amazonas Artes Gráficas. 1.978. Caracas.

Goldschmidt, Roberto “Curso de Derecho Mercantil” (Parte General). Ediar Venezolana, SRL. 1.979.

Borjas, Leopoldo. “Instituciones de Derecho Mercantil”. Ed. Schnell. Caracas, 1.973.

Instituto de Comercio Exterior (ICE) “Ley sobre el Derecho de Autor y su exposición de motivos”. 1.993.

Garay, Juan. “Compañías Anónimas de pocos socios” (comentarios prácticos, trámites para su constitución y manejo legal). Segunda Edición. Librería Ciafré. 1.998.

Arismendi, José A. “La letra de cambio en Venezuela”. Caracas, 1.976.

De Sola, René. “La letra de cambio”. UCV. Caracas, 1.981.

Bonfati, M.A y Garrone, J.A. “El cheque”. Buenos Aires, 1.971.

Pérez, Néstor Luis. “La letra de cambio y el cheque”. EDIFOVE. 1.976.

Landaéz, Leoncio. “La tarjeta de crédito”. Valencia. 1.980.

Burgos Villasmil, J.R. “Lecciones sobre quiebra”. Ed. La Torre, Caracas, 1.980.

<http://vlex.com/ve/> “Todo el Derecho en Internet”

<http://vlex.com/ve/lex/ver/CODIGOS/2> “Código de Comercio” 1.955

Osío Zamora, Miguel. (Abogado de Torre Plaz & Araujo). 2000 <http://vlex.com/ve/revista/4> “Comercio Electrónico” . Los mitos de una ley sobre la materia.

Phoebus, Dianne. (Abogado del Departamento de Propiedad Intelectual del escritorio Baker & McKenzie). <http://vlex.com/ve/revista/9> “Derecho Marcario Internet”.

<http://publicaciones.derecho.org/redi/> “Revista electrónica de Derecho Informático”.

www.monografías.com/trabajos4/comelec/comelec.shtml “El comercio a través de Internet” 2000.