

SUMARIO

PREFACIO	13
ABREVIATURAS	15
TEMA 1	
CONCEPTO DE DERECHO MERCANTIL. EL EMPRESARIO	17
<i>Miguel Martínez Muñoz</i>	
I. Concepto de Derecho Mercantil	17
II. Origen y evolución histórica del Derecho Mercantil	20
1. <i>Origen del Derecho Mercantil: el “Ius Mercatorum”</i>	20
2. <i>El Derecho Mercantil en la Edad Moderna</i>	21
3. <i>La Codificación mercantil</i>	22
III. Características del Derecho Mercantil contemporáneo	23
IV. Fuentes del Derecho Mercantil	24
V. El empresario: concepto y características	28
VI. Clases de empresarios	31
1. <i>Empresario individual y empresario social</i>	31
2. <i>Empresario privado y empresario público</i>	32
3. <i>Empresario por razón de la actividad y empresario por razón de la forma</i>	33
4. <i>Empresario mercantil y empresario civil</i>	33
VII. El empresario individual. Concepto y capacidad	34
VIII. La responsabilidad civil del empresario	36
1. <i>Consideraciones preliminares</i>	36
2. <i>La responsabilidad contractual del empresario</i>	39
3. <i>La responsabilidad extracontractual del empresario</i>	40
4. <i>La responsabilidad del empresario casado</i>	42
IX. El Registro Mercantil	45
1. <i>Objeto</i>	45
2. <i>Sujetos y actos inscribibles</i>	46

3.	<i>Funcionamiento del Registro Mercantil</i>	49
4.	<i>Asientos registrales</i>	51
5.	<i>Consecuencias del acto inscrito</i>	52
6.	<i>Publicidad formal del Registro Mercantil</i>	53

TEMA 2

LA REPRESENTACIÓN DEL EMPRESARIO. EMPRESA Y ESTABLECIMIENTO MERCANTIL	55
--	----

Miguel Martínez Muñoz

I.	La representación voluntaria en el Derecho Mercantil	55
II.	El apoderado general o factor	58
	1. <i>Concepto y deberes del factor</i>	58
	2. <i>El poder de representación del factor. Ámbito y eficacia</i>	59
III.	Los apoderados singulares	63
IV.	La empresa o establecimiento mercantil	64
	1. <i>Consideraciones generales</i>	64
	2. <i>Clases</i>	65
V.	Los elementos de la empresa	65
	1. <i>El destino funcional de los bienes. El fondo de comercio</i>	65
	2. <i>El local de negocio</i>	67
VI.	Los negocios jurídicos sobre la empresa	69
	1. <i>La transmisión de la empresa o establecimiento mercantil</i>	69
	2. <i>La compraventa de la empresa</i>	72
	3. <i>El arrendamiento y el usufructo de empresa</i>	79

TEMA 3

PROPIEDAD INDUSTRIAL (I): MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS	81
--	----

Pablo Sanz Bayón

I.	Introducción	81
II.	Intereses protegidos y función mercantil de las marcas	82
III.	Concepto de Marca	84
IV.	Tipos de marcas	85
V.	Prohibiciones de la Marca	88
VI.	Procedimiento para el registro de una marca	91
VII.	Contenido del Derecho de marca	93

VIII.	Límites al Derecho sobre la marca	96
IX.	Acciones en defensa de la marca	97
X.	La marca como objeto de negocios jurídicos	99
XI.	Extinción de la Marca	100
XII.	La Marca de la Unión Europea	102
XIII.	Marca internacional	103
XIV.	El nombre comercial	104
XV.	Denominación social	105
XVI.	Denominaciones de origen e indicaciones geográficas de productos	106
XVII.	Nombres de dominio	107

TEMA 4

PROPIEDAD INDUSTRIAL (II): PATENTES	109
--	------------

Pablo Sanz Bayón

I.	Patentes	109
	1. <i>Introducción</i>	109
	2. <i>El debate sobre la regulación de las patentes</i>	110
	3. <i>Regulación general</i>	111
	4. <i>Concepto de patente</i>	113
	5. <i>Requisitos de patentabilidad</i>	113
	6. <i>Exclusiones de patentabilidad</i>	114
	7. <i>Inventiones no patentables</i>	115
	8. <i>Clases de patentes</i>	115
	9. <i>Titularidad de la patente</i>	116
	10. <i>Procedimiento de concesión de una patente</i>	117
	11. <i>Contenido y límites del derecho de patente</i>	119
	12. <i>Régimen de las invenciones laborales</i>	121
	13. <i>Acciones del titular de la patente</i>	122
	14. <i>La patente como objeto de negocios jurídicos</i>	122
	15. <i>Extinción de la patente</i>	124
	16. <i>Patentes para invenciones biotecnológicas</i>	125
II.	Modelos de utilidad	127
III.	Diseños industriales	128
IV.	Protección de las variedades vegetales	131
V.	Productos semiconductores	132

TEMA 5

EL DERECHO DE LA COMPETENCIA 133*Miguel Martínez Muñoz*

I.	El Derecho de Defensa de la Competencia	133
	1. <i>La dualidad del Derecho de la Competencia</i>	133
	2. <i>La normativa antitrust o de defensa de la competencia</i>	134
	3. <i>La aplicación del Derecho de Defensa de la Competencia</i>	136
	4. <i>Las conductas prohibidas</i>	137
	4.1. <i>Prácticas colusorias</i>	137
	4.2. <i>Abuso de posición dominante</i>	140
	4.3. <i>Falseamiento de la competencia por actos desleales</i>	142
	5. <i>Sanciones y políticas de clemencia</i>	142
	5.1. <i>Infracciones y sanciones</i>	142
	5.2. <i>Políticas de clemencia</i>	144
	6. <i>El control de las concentraciones económicas</i>	146
	7. <i>El control de las ayudas públicas</i>	149
II.	La competencia desleal	150
	1. <i>La Ley de Competencia Desleal. Finalidad y ámbito de aplicación</i>	150
	2. <i>La cláusula general de prohibición</i>	151
	3. <i>Clasificación y análisis de los actos de competencia desleal</i>	153
	3.1. <i>Actos de deslealtad frente a competidores</i>	153
	3.2. <i>Actos de deslealtad frente a los consumidores</i>	156
	3.3. <i>Actos de deslealtad frente al mercado</i>	159
	4. <i>La publicidad ilícita</i>	160
	5. <i>Las acciones frente a actos de competencia desleal</i>	161

TEMA 6

LOS TÍTULOS-VALOR 163*Daniel Prades Cutillas*

I.	Los Títulos-Valor	163
	1. <i>Introducción</i>	163
	2. <i>Concepto</i>	164
	3. <i>Clases de Títulos-Valor</i>	165
II.	La Letra de Cambio	168
	1. <i>Concepto, vínculos jurídicos e intervinientes en la Letra de Cambio</i>	168

	2.	<i>Ventajas derivadas del uso de la letra como medio de pago</i>	172
	3.	<i>Características de la letra como medio de pago</i>	173
	4.	<i>Auge y caída del uso de la Letra de Cambio</i>	174
III.		La Libranza de la Letra de Cambio	175
	1.	<i>Requisitos formales</i>	176
	2.	<i>Principios generales</i>	179
	2.1.	Abstracción de la letra, capacidad y representación	179
	2.2.	Designación del titular	181
	2.3.	Determinación del vencimiento	182
	2.4.	Otras cuestiones generales	183
IV.		La Circulación de la Letra de Cambio	185
	1.	<i>El endoso</i>	186
	1.1.	Concepto y función del endoso	186
	1.2.	Clases de endoso	187
	1.3.	Formalidades del endoso. Endoso en blanco	188
	1.4.	Legitimación del endosatario	189
	2.	<i>La aceptación</i>	190
	2.1.	Concepto, función y alcance del acepto	190
	2.2.	Formalidades de la aceptación	191
	2.3.	Regulación de la presentación al acepto	191
	3.	<i>El aval</i>	192
	3.1.	Concepto y función del aval	192
	3.2.	Formalidades del aval	193
	3.3.	Diferencias entre aval ordinario y cambiario	193
	4.	<i>El pago</i>	194
V.		El Incumplimiento en la Letra de Cambio	196
	1.	<i>Cuestiones generales</i>	196
	2.	<i>El protesto</i>	197
	2.1.	El Protesto Notarial	197
	2.2.	Declaraciones equivalentes al protesto	198
	2.3.	Comunicaciones del incumplimiento	199
	3.	<i>Acciones derivadas del impago de la Letra de Cambio</i>	199
	4.	<i>Contenido de la reclamación</i>	201
	5.	<i>Excepciones cambiarias</i>	202
	6.	<i>Prescripción de acciones</i>	204
VI.		El Cheque	204
	1.	<i>Características y presupuestos jurídicos</i>	205
	2.	<i>Requisitos formales del cheque</i>	206

3.	<i>Circulación y pago</i>	208
4.	<i>Acciones derivadas del impago</i>	210
5.	<i>Cheques especiales</i>	211
VII.	Otros Títulos Cambiarios	214
1.	<i>El Pagaré</i>	214
2.	<i>Títulos cambiarios improprios</i>	215

TEMA 7

LA INSOLVENCIA	217
-----------------------------	-----

Abel B. Veiga Copo

I.	Concurso de acreedores: Principios generales de la Ley Concursal	217
II.	Las soluciones paraconcursoales	220
III.	Presupuestos objetivo, subjetivo y formal del concurso de acreedores	221
IV.	La declaración de concurso. El procedimiento abreviado	227
V.	La administración concursal	230
VI.	Efectos de la declaración de concurso	233
VII.	La masa activa: Reducción y reintegración	236
VIII.	La masa pasiva: Clasificación de los créditos	239
IX.	Soluciones del concurso: Sobreseimiento, convenio y liquidación	245
1.	<i>Sobreseimiento</i>	245
2.	<i>Convenio</i>	246
3.	<i>Liquidación</i>	248
3.1.	El plan de liquidación	250
A.	Reglas supletorias	251
B.	Venta en bloque	251

Thomson Reuters ProView. Guía de uso