Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales

Escuela Profesional de Derecho y Ciencias Políticas

SÍLABO DERECHO COMERCIAL III

DATOS GENERALES

1.1. Asignatura : Derecho Comercial III (Contratos Modernos)

1.2 Sem/Año de Estudios : X / Quinto año 1.3 Código : 27.101174

1.4 Carrera Académico Profesional: Derecho
1.5 Requisito : DE 513
1.6 Régimen : Semestral II

1.7 Créditos : 02

1.8 Horas Semanal / Mensual : 03 Horas 1.9 Año Académico : 2018 - II

1.10 Docente : Mag. Abg. Freddy Montesinos Ríos

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional general; tiene como propósito orientar al estudiante a reconocer y elaborar los más importantes tipos de contratos modernos, sus conceptos, origen y fuentes reguladoras, lo que permitirá al estudiante una formación hacia el ámbito comercial, mercantil e industrial.

Aborda el estudio de las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Conceptos generales de los contratos modernos. 2. Los contratos de franquicia o franchising, de riesgo compartido (Joint venture) y de Know how. 3. Los contratos de consulting y el outsourcing, de esponsorización o auspicio y de merchandising. 4. Los contratos de leasing, de concesión comercial, de agencia comercial y fideicomiso.

III. COMPETENCIA

Reconoce y aplica los conceptos y modelos reguladores de las nuevas modalidades de contratación que se utiliza en la sociedad actual, considerando la legislación vigente.

IV. CAPACIDADES

 Reconoce el marco teórico de los contratos modernos, considerando su importancia en las relaciones de mercado internacional.

 Distingue de manera específica los contratos de franquicia o franchising, de riesgo compartido (Joint venture) y de Know how, considerando sus particularidades.

3. Identifica los contratos de consulting y el outsourcing, de esponsorización o auspicio y de marchandising.

 Analiza los contratos de leasing, de concesión comercial, de agencia comercial y fideicomiso.



UNIDAD DE APRENDIZAJE I CONCEPTOS GENERALES DE LOS CONTRATOS MODERNOS

CAPACIDAD

Reconoce el marco teórico de los contratos modernos, considerando su importancia en las relaciones de mercado internacional.

SEMANA SESIÓN		CONTENIDO CONCEPTUAL	CONTENIDO PROCEDIMENTAL	
1ª.	1	Introducción al curso: Conceptos generales.	Organiza su trabajo para el periodo lectivo.	
	2	Aspectos básicos de la teoría contractual.	Elabora un resumen del tema hecho en clase.	
2ª.	3	Definición de contratos modernos.	Elabora un cuadro comparativo de los contratos modernos y los contratos típicos	
	4	Características de los contratos modernos.	Reconoce las características especiales de los contratos modernos.	
3ª.	5	Importancia de los contratos modernos en la sociedad actual.	Señala, con sus propios términos la importancia de los contratos modernos.	
	6	La libertad contractual en los contratos modernos.	Resume y utiliza la técnica de los contratos modernos.	
4ª.	7	Régimen jurídico aplicable a los contratos modernos.	Elabora un esquema de llaves de tema de clase.	
	8	Tarea académica de investigación	Analiza y explica los temas de los contratos modernos	

UNIDAD DE APRENDIZAJE I 2da. parte LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA O FRANCHISING, DE RIESGO COMPARTIDO (JOINT VENTURE) Y DE KNOW HOW

CAPACIDAD

Distingue de manera específica los contratos de franquicia o franchising, de riesgo compartido (Joint venture) y de Know how, considerando sus particularidades.

SEMANA	SESIÓN	CONTENIDO CONCEPTUAL	CONTENIDO PROCEDIMENTAL
	9	Contrato de franquicia o franchising: Definición, sujetos y objeto.	Elabora un mapa conceptual del contrato de franquicia o fanchising.
5ª.	10	Ventajas y desventajas para las partes Obligatorias de las partes y extinción del contrato de franquicia.	Redacta un contrato de franquicia, señalando las partes principales del mismo.
6ª.	11	Contrato de Joint Venture: Definición, naturaleza jurídica, características.	Conceptualiza el contrato de Joint Venture, considerando el tema de clase.
6".	12	Clases, ventajas y desventajas para las partes.	Redacta un contrato de Joint Venture, señalando las partes principales del mismo.
7ª.	13	Contrato de know. Definición, objetivo, naturaleza jurídica, elementos.	Resume y explica la importancia del contrato Know
	14	Características y derechos de las partes.	Señala las partes principales de un contrato de know how.
8ª.	15	Obligaciones de las partes.	Debate lo tratado en clase.
	16	ler. Examen parcial.	Resuelve el examen parcial.

CONTENIDO CONCEPTUAL Y PROCEDIMENTAL

Valora la importancia de los contratos de franquicia o franchising, de Joint Venture y de know how para el dinamismo comercial.

UNIDAD DE APRENDIZAJE II

LOS CONTRATOS DE CONSULTING Y EL OUTSOURCING, DE ESPONSORIZACIÓN O AUSPICIO Y DE MERCHANDISING

CAPACIDAD

Identifica los contratos de consulting y el outsourcing, de esponsorización o auspicio y de marchandising.

SEMANA	SESIÓN	CONTENIDO CONCEPTUAL	CONTENIDO PROCEDIMENTAL
	17	Contrato de consulting: Definición, naturaleza, características.	Elabora un esquema de la definición del contrato de consulting.
9ª.	18	Clases, ventajas y desventajas para las partes, obligaciones.	Reconoce las partes principales en un contrato de consulting.
10a.	19	Contrato de outsourcing: Definición, sujetos contratantes, naturaleza jurídica.	Elabora un contrato de outsourcing
Toa.	20	Contrato de esponsorización o auspicio: Definición, sujetos y naturaleza jurídica.	Analiza los contratos
	21	Características y actividades auspiciadas de los contratos de esponsorización o auspicio.	Reconoce las características de los contratos de auspicio
11ª.	22	Deberes y obligaciones de las partes contratantes y la extinción del contrato de esponsorización o auspicio.	Redacta un contrato de auspicio señalando sus partes.
12ª.	23	Contrato de merchandising: Definición, elementos que la integran, ventajas y sujetos del contrato.	Reconoce las ventajas del contrato de merchandising
	24	Tarea Académica	Exposición

CONTENIDO CONCEPTUAL Y PROCEDIMENTAL

Aprecia la importancia de los contratos de consulting y el outsourcing para el cumplimiento de los objetivos comerciales, la importancia económica de los contratos de esponsorización o auspicio y del contrato de merchandising en las relaciones comerciales.

UNIDAD DE APRENDIZAJE II 2da. parte LOS CONTRATOS DE LEASING, DE CONCESIÓN COMERCIAL, DE AGENCIA COMERCIAL Y FIDEICOMISO

CAPACIDAD

Analiza los contratos de leasing, de concesión comercial, de agencia comercial y fideicomiso.

SEMANA	SESIÓN	CONTENIDO CONCEPTUAL	CONTENIDO PROCEDIMENTAL	
13ª.	25	Definición del contrato de leasing, elementos que la integran.	Diseña un esquema de la definición del contrato de leasing.	
	26	Ventajas y desventajas, sujetos del contrato de leasing.	Redacta un contrato de leasing señalando las partes principales del mismo.	
	27	Contrato de concesión comercial: Definición, sujeto, naturaleza jurídica y característica.	Elabora un contrato de concesión comercial.	
14a.	28	Derecho y obligaciones que nacen del contrato y la extinción del mismo.	Analiza un caso práctico.	
	29	Contrato de agencia comercial: Definición, objeto, naturaleza jurídica, elementos, características.	Reconoce un contrato de agencia comercial	
15ª.	30	Derechos y obligaciones del agente y el agenciado, la exclusividad y el derecho de retención y privilegio en el contrato de agencia comercial.	Elabora un contrato de agencia comercial, señalando las partes principales del mismo.	
16ª.	31	Contrato de fidecomiso: Definición, sujetos, objeto, naturaleza y característica.	Redacta un contrato de fideicomiso	
	32	Derecho y obligaciones que nacen del contrato y la extinción del mismo.	Elabora un cuadro comparativo.	
17ª.	33	2do Examen Parcial	Resuelve el examen final.	

CONTENIDO CONCEPTUAL Y PROCEDIMENTAL

Valora la importancia de los contratos de leasing, de concesión comercial, de agencia comercial y fideicomiso, como herramienta de dinamismo de tráfico comercial.

VI. METODOLOGÍA

Teniendo en consideración que los métodos de enseñanza determinan el tipo de acto de los docentes y estudiantes en función de los objetivos y del contenido del proceso de instrucción, se aplicarán los siguientes métodos pedagógicos en la conducción de la asignatura: 1. Método expositivo. En forma restringida a fin de procurar la participación activa de los estudiantes. 2. Método de elaboración conjunta. Consistente en el planteamiento de problemas, formulación de interrogantes y construcción progresiva con el aporte de las respuestas de los estudiantes y los conocimientos del docente.

Asimismo, se emplearán los métodos de exposición problemática, el método basado en problemas y el método investigativo. De otro lado, se emplearán procedimientos inductivos, como la observación, la abstracción y la generalización. Igualmente, procedimientos deductivos, como la generalización, actividades de aplicación, y también, procedimientos analíticos y sintéticos (entre estos últimos: resumen, síntesis y definición).

VII. EVIDENCIA

EVALUACIÓN ESCRITA TAREA ACADÉMICA EXPOSICIÓN

VIII. EVALUACIÓN

La evaluación tiene por finalidad la comprobación del grado y nivel de avance y los resultados del aprendizaje en el curso del proceso continuo de verificación y análisis. Se evaluará el logro de la capacidad y las competencias de la asignatura y la investigación realizada por el alumno y su compromiso con la Universidad y el entorno.

Evaluación de proceso

Es permanente y busca la participación activa y responsable del estudiante durante el desarrollo del contenido temático.

Requisitos de aprobación de la asignatura

Sistema de calificación: escala vigesimal (0 - 20)

Asistencia OBLIGATORIA A CLASES.

Aquel estudiante que tenga el 70% de asistencia a las clases dictadas está apto para ser calificado. En caso contrario, el estudiante será **inhabilitado** para rendir el examen final.

EVALUACIÓN DE LOS LOGROS DE APRENDIZAJE POR UNIDAD

CALIFICACIONES	Ponderación de las Evaluaciones	Ponderación de la Unidad	
EVALUACIÓN ESCRITA	60 %		
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	20%	100 %	
ACTITUDINAL	20%		

IX. Bibliografía

- ARIAS- SCHEREIBER PEZET, Max. Contratos Modernos. Gaceta Jurídica Editores S.R. 1ra. Edición, Marzo de 1999.
- BRAVO MELGAR, Syndey Alex. Contratos Modernos Empresariales. Editorial San Marcos. 2da. Edición.
- CÁCERES BARRAZA, Cesar Augusto. El Contrato de Franquicia. Cultural Cuzco Editores. 1997.
- GUTIÉRREZ CAMACHO, Walter Los Contratos Atípicos en la contratación contemporánea – Contratos Modernos Derechos del Consumidor. Palestra Editores –Lima Temis – Bogota.
- HUAYANAY, Hugo. Contratos, Doctrina, Legislación Jurisprudencia. Tomo I y II. Editorial RAO. Lima 2002.
- MESEGUER GUIICH, Diego y Estudio Caballero Bustamante. Manual de Contratos Comentados. Tomo I y II Editorial Tinco S.A. Lima 2004.

Tacna, agosto del 2018.