

DERECHO COMERCIAL

6TO. AÑO

FUNDAMENTACIÓN

Las relaciones sociales, se convierten en jurídicas en el mismo instante en que caen bajo la órbita de una norma legal. Para su mejor estudio, aplicación y sistematización se impone la clasificación del derecho, en ramas de acuerdo a las actividades que ella pretende regular. Surge así, el derecho comercial como el conjunto de normas jurídicas que regulan la materia comercial, es decir todo lo referente al comercio, negocios, sus sujetos, objetos, etc. El derecho comercial se ha desarrollado en base a las necesidades económicas emanadas a lo largo de la historia.

Este espacio curricular incluye contenidos referentes al derecho propio de las organizaciones con fines de lucro. Comprende el estudio de las formas jurídicas que pueden adoptar para el cumplimiento de sus finalidades, particularizando en el análisis de los distintos tipos de sociedades comerciales, con sus características distintivas. Incluye asimismo contenidos referentes a las nuevas formas de contratación, surgidas de las necesidades del intercambio comercial, en muchos casos, aún sin regulación específica en el derecho argentino, ya que día a día se recurre a ellas con mayor continuidad, porque posibilitan negocios donde la creatividad no admite encasillamientos normativos rígidos. Los Acuerdos de Colaboración Empresaria y de Uniones Transitorias de Empresas, figuras novedosas en la legislación nacional, adquieren cada vez más relevancia, por lo que consideramos que su estudio resulta conveniente con relación al desarrollo de capacidades complejas. Los contenidos también apuntan a la construcción de capacidades operativas en materia de contratos y acuerdos.

DISEÑO CURRICULAR DE LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

Dado que las capacidades que contribuye a acrecentar este espacio curricular se consideran imprescindibles en la formación del alumno de la Modalidad Economía y Administración.

Con el advenimiento del capitalismo y de la gran industria ha modificado sustancialmente las relaciones comerciales imperantes hasta 1990

El incremento de los negocios provocó la aparición del crédito, los Bancos e instituciones crediticias. Dando paso a nuevas relaciones entre el campo del trabajo y los negocios.

Como en una especie de complementariedad, y a la vez de contraposición, se incluye la temática cooperativa, donde los valores imperantes difieren, en ciertos puntos, del mundo de los negocios y los bancos

El Cooperativismo reúne, el más profundo ideal de justicia con el realismo auténtico de satisfacción de necesidades del mercado. Las Cooperativas se basan en los valores de esfuerzo propio, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. En la tradición de los fundadores, los socios de las cooperativas sostienen valores éticos, honestidad, apertura, responsabilidad social y preocupación por los demás.

CAPACIDADES A DESARROLLAR

- Comprender aspectos significativos de los distintos tipos de sociedades comerciales y algunas características diferenciales de sus formas de organización.
- Identificar los elementos esenciales de nuevas formas de contratación propias de las organizaciones lucrativas.
- Desarrollo de la capacidad para elaborar contratos comerciales simples explicitando los deberes y obligaciones de las partes contratantes y las finalidades que se desean alcanzar

EJES FORMATIVOS

EJE TEMÁTICO N° 1: EL DERECHO Y SUJETOS DE DERECHO

Formas jurídicas que pueden adoptar las organizaciones. Empresa y sociedad. Empresa unipersonal y microemprendimiento. Pequeña y mediana empresa. Fondo de Comercio y empresa. Formas Individuales y Asociadas. El comerciante individual. Derechos, obligaciones, capacidad. Registro Público de Comercio.

EJE TEMÁTICO N° 2: SOCIEDADES COMERCIALES

DISEÑO CURRICULAR DE LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

Distinción con otras figuras análogas. Las sociedades comerciales, Ley 19550. De personas: por cuotas, por acciones. La sociedad colectiva, de responsabilidad limitada, en comandita, en comandita por acciones, la sociedad anónima, la participación del estado bajo formas comerciales. Características de los distintos tipos. Organización. Denominación y razón social. Órganos sociales. Formas de adoptar decisiones. Control. Sociedades Cooperativas.

EJE TEMÁTICO N° 3: NUEVAS FORMAS DE CONTRATACIÓN

Los acuerdos: convenciones, pactos, contratos. Elementos esenciales. Compra-Venta Comercial. Nuevas formas de contratación: agencia, leasing financiero, contratos de distribución, factoring, franchisign.

EJE TEMÁTICO N° 4: CONCENTRACIÓN Y ASOCIACIÓN DE EMPRESAS

Formas típicas de concentración de empresas: holding, trust, cartel. Aspectos jurídicos y formas de realizarlo.

Asociaciones de empresas. Acuerdos de Colaboración Empresaria. Unión Transitoria de Empresas. Objetivos. Aspectos jurídicos y formas de realizarlo. Empresas Recuperadas.

ORIENTACIONES PARA LA ENSEÑANZA

Se considera necesario propiciar en la enseñanza:

- Clases introductorias y explicativas.
- Trabajos grupales organizados a través de consignas que estimulen el intercambio entre pares.
- Trabajo de campo en distintas organizaciones del medio, como la observación e investigación de casos concretos.
- Situaciones de debate que implique conflictos de valores, intereses y derechos.
- Actividades centradas en una situación problemática reales del medio.

En este punto se contemplan las acciones que realizará el docente, el tipo de ayuda que dará, las interacciones que producirá y promoverá. Asimismo el desarrollo de actividades áulicas y extra áulicas.

EVALUACIÓN

Se considera necesario que la Evaluación sea permanente e integral, considerando:

DISEÑO CURRICULAR DE LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

- Expresión oral y escrita.
- Presentación de trabajos en tiempo y forma.
- Responsabilidad.
- Participación. - Esfuerzo.
- Respeto y disciplina.
- Carpeta complete.
- Rendimiento en evaluaciones escritas y orales

BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA

Cuesta, Elsa (2000): *Manual de derecho cooperativo*. Ed: Abaco.

Farina, Juan (1974): *Sociedades comerciales*. Ed: Zeus.

Fontanarrosa, Rodolfo (1967). *Derecho Comercial Argentino*. Ed: Zavalia **Rolon Hector**

Efraín (1980): *Derecho Comercial*. Editorial Kapelusz.

Apolinar E. García (1998): *Derecho, el Marco Jurídico- Normativo de las Organizaciones*. Saint Claire Editora.

Achalita Graciela; Piedrabuena Alejandra (2007): *Derecho, Marco Jurídico de las Organizaciones*. Aique Editorial.

Ley de defensa del consumidor

Código de Comercio Argentino

Ley de cooperativas (20337)

Ley de sociedades comerciales (19550)