

## **Máster Universitario en Práctica Jurídica**



### **Entorno Organizativo y Facturación**

Profesores: D. Luis Cazorla González-Serrano, D. Mario Alonso Ayala

**2021/2022**

- **Materia:** Entorno Organizativo y Facturación.
- **Créditos ECTS:** 1
- **Semestre:** 1º.
- **Profesores:** D. Luis Cazorla González-Serrano, D. Mario Alonso Ayala
- **Idioma:** Español.
- **Modalidad:** presencial
- **Tipo de asignatura:** Obligatoria.
- **Curso académico:** 2021-2022
- **Horario de tutorías:** se programarán previa petición de hora al profesor.

## 1. REQUISITOS PREVIOS

Ninguno.

## 2. BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Esta asignatura repasa con enfoque esencialmente práctico las principales maneras de organizar la actividad profesional, el contexto legal de las sociedades profesionales y las distintas áreas o departamentos de cualquier firma legal. Se establecen también en la asignatura los criterios básicos de facturación y determinación de honorarios, así como los procedimientos asociados a su cobro e impugnación.

## 3. COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CG1.- El alumno debe adquirir conocimientos actualizados sobre los distintos aspectos de la práctica jurídica.

CG10.- El alumno debe ser capaz de aportar valor mediante sus conocimientos y habilidades de práctica jurídica.

CE1.- El alumno debe conocer y saber aplicar procedimientos de determinación, facturación y liquidación de honorarios y gastos asociados a la actividad profesional.

CE2.- El alumno debe conocer y saber aplicar en la práctica el entorno organizativo, de gestión y comercial de la profesión de abogado, así como su marco jurídico asociativo, fiscal, laboral y de protección de datos de carácter personal.

CE3.- El alumno debe conocer, saber organizar y planificar los recursos individuales para el ejercicio en sus distintas modalidades organizativas de la profesión de abogado.

#### 4. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍA

Entorno organizativo y facturación		
<b>Actividades formativas:</b>		
Modalidad presencial:		
Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad
AF1: Docencia	12,5	50,0%
AF2: Trabajo personal y en equipo	6,25	25,0%
AF6: Estudio y discusión de casos	6,25	25,0%
	25	

#### **Docencia**

Clases práctico-teóricas en las que se explicarán los fundamentos de la asignatura, mediante la evaluación, el método del caso, las notas técnicas, talleres específicos y la exposición y discusión de aspectos concretos.



### **Trabajo personal y en equipo**

Trabajos del alumno de forma individual o colectiva, que se presentarán en clase, y que ayudarán al alumno a aplicar los métodos y técnicas desarrollados en la asignatura.

### **Estudio y discusión de casos**

El profesor centra las cuestiones objeto de estudio, discusión, debate o conflicto, orientando la aplicación en la práctica del caso. Basado en un diálogo sistemático y ordenado sobre situaciones reales con fines de aprendizaje, el alumno aprende por descubrimiento, no sólo por recepción, ejercitando su pensamiento creativo. Con el estudio y discusión de casos se da una dimensión social al aprendizaje, fundamental para el desarrollo profesional, pues les es muy útil a los alumnos como introducción al entorno de aprendizaje y creatividad que van a encontrar en su ejercicio profesional. El estudio y discusión de casos requiere una disciplina en la preparación – tanto individual como en grupo - y un cuidado entrenamiento para la discusión en clase, para que realmente produzca conocimiento y no meras discusiones.

## **5. SISTEMA DE EVALUACIÓN**

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)

5,0 - 6,9 Aprobado (AP)

7,0 - 8,9 Notable (NT)

9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

### **Convocatoria Ordinaria**

Participación:	10%.
Prácticas, proyectos o trabajo de asignatura:	40%.
Prueba objetiva final:	50%.

Restricciones y explicación de la ponderación: para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba objetiva final.

### **Convocatoria Extraordinaria**

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba objetiva final extraordinaria (50%) y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria (50%), siempre que la nota de la prueba objetiva final extraordinaria sea igual o superior a 5.

Queda a criterio del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

### **Advertencia sobre plagio:**

El Centro de Estudios Garrigues no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito. En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.



Sistema de calificación:

Aprobado

1. Conocimientos: Capacidad de comprensión y retención básica de las instituciones estudiadas y los problemas planteados en la asignatura.
2. Habilidades. Gestión de fuentes del conocimiento: acceso y selección de las fuentes del conocimiento. Capacidad analizar problemas y fundamentar soluciones con el conocimiento básico. Capacidad de comunicar formalmente conceptos y argumentos, en forma oral y escrita. Capacidad para analizar la evolución y los resultados de la actividad realizada.
3. Actitudes. Capacidad de trabajar de forma activa (seguimiento del plan de trabajo, foros, tutorías, reuniones, etc.), autónoma (trabajo independiente), colaborativo (participación en los grupos de trabajo) y responsable (compromiso en los horarios, entregas de ensayos, ponencias).

Notable

1. Análisis conceptual. Capacidad para comprender la naturaleza, definir, caracterizar e interpretar los conocimientos relevantes y establecer su fundamento en las fuentes científicas. Capacidad para ordenar y contextualizar sistemática y coherentemente grupos de conceptos.
2. Análisis de problemas. Capacidad para formular problemas, aplicar conceptos y teorías y elaborar argumentos de resolución de problemas.
3. Habilidades de comunicación. Capacidad de expresar ideas, conceptos y argumentos con alta determinación y reducida ambigüedad.

Sobresaliente

1. Análisis conceptual. Capacidad para desarrollar las instituciones estudiadas en profundidad.

2. Análisis de problemas. Capacidad para elaborar argumentos complejos en estructura y contenido.

3. Habilidades de comunicación. Capacidad de formulación y debate y defensa de ideas y razonamientos complejos en audiencias especializadas.

## **6. BIBLIOGRAFÍA**

- Alcaide Casado, J. C., Marketing para las empresas de servicios profesionales, Madrid, 2019.
- Alonso Asensio, D. y Molina Pérez-Tomé, S., Manual de dirección, gestión y marketing jurídico, Barcelona, 2017.
- Alonso Ayala, M., Claves para la gestión de firmas y despachos profesionales, Madrid, 2013.
- Alzaga Ruiz, I. y García-Perrote Escartín, I., La relación laboral especial de los abogados en despachos, Pamplona, 2019.
- Barberán Molina, P., Manual práctico del abogado, Madrid, 2018.
- Bruch Maseras, E., Tendencias, marketing e innovación en el sector jurídico, Madrid, 2017.
- Castillo Esparcia, A., Abogados y redes sociales, Valencia, 2014.
- conseguirlo, Pamplona, 2014.
- despachos de abogados, 2016.
- Díaz-Bustamente, M. y Carcelén, S., La publicidad de los despachos de abogados, Domínguez, F. y Guiu, Y., El marketing jurídico. Las claves del marketing en los despachos de abogados. 2004.
- Domínguez, F. y Guiu, Y., Marketing jurídico, Barcelona, 2009.

- Domínguez, F., De despacho competente a despacho competitivo: cuéntame cómo Esteban Ferrer, M.<sup>a</sup> J., Tricás Preckler, J. y González Sabaté, L., La voz del cliente en los despachos de abogados. Madrid, 2010.
- Estella del Pino, J., La venta de servicios jurídicos, Madrid, 2016.
- Fernández León, O., Captación y fidelización del cliente en los despachos de abogados, Pamplona, 2013.
- García Segura, L. y Garrigues, W., Diseño, creación y administración de un despacho de abogados. González, F., Tu marca profesional, Barcelona, 2013.
- Heussen, B. y Wienberg, C., La gestión del tiempo para abogados, Pamplona, 2016.
- Londoño, M.<sup>a</sup> C., Marca personal profesional, Madrid, 2015.
- López de Castro Alonso, L., Del conocimiento jurídico a la gestión y dirección de Marra, A., El business model canvas aplicado al sector legal, Valencia, 2017.
- Martín Jiménez, M., Marketing digital, Barcelona, 2019.
- Martínez, I., Marca profesional: como ser sobresaliente, relevante y diferente, Madrid, 2014.
- Molero, C., Extinción del contrato de abogados de despacho, Valencia, 2017.
- Navarro, E., Marketing jurídico, Valencia, 2013.
- Núñez Martínez, J. y Belda Calvo, P., Marketing jurídico, Pamplona, 2016.
- Ovejero Puente, A. M.<sup>a</sup>, El papel del abogado en la implantación de los principios Ruggie, Valencia, 2016.
- Pardo Gato, J., La relación abogado-cliente, Pamplona, 2017.

- Pease, A., El arte de negociar y persuadir, 2.<sup>a</sup> ed., Barcelona, 2006.
- Pérez Benítez, J. L., Dirección por proyectos en la abogacía, Madrid, 2018.
- Pérez Ortega, Marca personal para Dummies, 2.<sup>a</sup> ed., Madrid, 2014.
- Pérez, D., Marketing para abogados escépticos, Madrid, 2018.
- Ponti, F., Los caminos de la negociación, 3.<sup>a</sup> ed., Barcelona, 2007.
- Prieto Tenor, R., Guía para el abogado que empieza, Valencia, 2016.
- Sanz Fernández-Soto, J. y Alonso Coto, Marketing jurídico para abogados, 2014.
- Soleto Muñoz, H., El abogado colaborativo, Madrid, 2017.
- Valencia, 2017.
- VV.AA., Asesoramiento y habilidades profesionales del abogado, Barcelona, 2014.
- Yañez Velasco, I., Abogados, clientes y juicios, Pamplona, 2017.

## **7. BREVE CURRÍCULUM DEL PROFESOR**

### **D. Luis Cazorla González-Serrano**

Doctor en Derecho por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid con calificación Premio Extraordinario de Doctorado (2009) con la tesis doctoral «El régimen de responsabilidad de las sociedades profesionales (artículo 11 de la Ley 2/2007, de 15 de marzo de Sociedades Profesionales)». Licenciado en Derecho, Universidad Carlos III, Madrid, (2001) con Premio Extraordinario de Licenciatura. Profesor acreditado, es Académico correspondiente de la Real Academia de Jurisprudencia y Legislación y árbitro de la Corte Española de Arbitraje del Consejo Superior de Cámaras. En el ámbito de la energía, ha realizado el curso de especialización en

Derecho de la Energía, del Instituto de Empresa, Madrid, 2007 y el Curso de especialización en Derecho de la Energía, Club Español de la Energía, Madrid, 2008. Es profesor de Derecho Mercantil en el Instituto de Estudios Bursátiles tanto en su doble licenciatura como en másteres y cursos de posgrado y fellow del Real Colegio Complutense en la Harvard Law School. Es miembro del Consejo de Redacción de la Revista de Derecho del Deporte y Entretenimiento. Es colaborador habitual de diferentes revistas científicas en el ámbito del Derecho Mercantil, Bancario, Deporte y Entretenimiento como la Revista de Derecho de Sociedades, la Revista de Distribución Comercial y Competencia, la Revista de Derecho Mercantil, la Revista de Derecho Bancario y Bursátil o la Revista de Derecho del Deporte y Entretenimiento.

#### **D. Mario Alonso Ayala**

Licenciado en Ciencias Económicas, Licenciado en Derecho. Censor Jurado de Cuentas. Es presidente y socio cofundador de Auren. Árbitro de la Corte de Arbitraje de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid. Miembro del Consejo Asesor de la Revista del Derecho de Mercado de Valores. Miembro del Consejo Académico de FIDE. Miembro de Consejo Asesor del Instituto de Oficiales de Cumplimiento – IOC. Ha sido Presidente del Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España. (2013 – 2017), vocal del Comité de Auditoría del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (2008-2016) y auditor distinguit por el Col·legi de Censors Jurats de Comptes de Catalunya (2017).

## **8. LOCALIZACIÓN DEL PROFESOR**

Contactar con el profesor/es a través de la Intranet del Centro de Estudios

Centro de Estudios Garrigues. Av. de Fernando Alonso, 828108 Alcobendas, Madrid.

- D. Luis Cazorla González-Serrano - luis.cazorla@ext.centrogarrigues.com
- D. Mario Alonso Ayala - mario.alonso@ext.centrogarrigues.com

## **9. CONTENIDO DETALLADO DE LA ASIGNATURA**

### **Tema 1: Entorno organizativo**

1. Organización del despacho
2. Ejercicio individual de la abogacía
3. Despacho colectivo
4. Formas asociativas del ejercicio de la profesión
5. Sociedades profesionales
6. Relación laboral del Abogado con el despacho profesional
7. Contrato de trabajo
8. Organización del trabajo y régimen de prestación de la actividad laboral
9. Tiempo de trabajo
10. Derechos y deberes derivados del contrato de trabajo
11. Vicisitudes de la relación laboral especial
12. Régimen disciplinario y procedimiento sancionador
13. 31. Estrategia del despacho

### **Tema 2: Honorarios**

1. Honorarios
2. Hoja de encargo

3. Reclamación e impugnación de honorarios
4. Pacto de cuota litis
5. Costas procesales
6. Sistema de imposición de costas procesales
7. Costas en los recursos
8. Tasación de costas
9. Costas en el proceso de ejecución
10. Costas en las medidas cautelares
11. Costas en el proceso penal
12. Costas en la jurisdicción contencioso-administrativa y social
13. Derecho de asistencia jurídica gratuita
14. Normativa básica del derecho a la asistencia jurídica gratuita
15. Contenido del derecho a la asistencia jurídica gratuita
16. ¿Quiénes pueden solicitar la asistencia jurídica gratuita?
17. Asistencia jurídica gratuita a ciudadanos privados de libertad
18. Procedimiento

### **Tema 3: Marketing en despachos**

1. Introducción
2. Expectativas y percepción de los clientes
3. Formas de administrar las expectativas de los clientes
4. Modelos para determinar la calidad del servicio

5. Modelos para determinar la calidad del servicio
6. Calidad aplicada a la gestión del despacho
7. Estrategia de marketing para el despacho
8. Marketing relacional
9. CRM
10. Posicionamiento Web y marketing digital
11. Actividades a realizar en una campaña de marketing directo
12. Publicidad en medios de comunicación
13. Claves para colocar al cliente en el centro de la estrategia