

ÍNDICE

I.- LA REPRESENTACIÓN MERCANTIL Y SUS ESPECIALIDADES EN EL SENO DE LA TEORÍA GENERAL DE LA REPRESENTACIÓN

- A) La representación mercantil y sus especialidades
- B) Clases de representación mercantil

II.- EL ÁMBITO CONCRETO DE REFERENCIA: LA COMISIÓN MERCANTIL

III.- EL ARTÍCULO 247 DEL CÓDIGO DE COMERCIO: LA COMISIÓN CON REPRESENTACIÓN DIRECTA EN EL DERECHO ESPAÑOL

- A) Introducción
- B) La comisión con representación directa en el Código de Comercio de 1829
- C) Antecedentes del precepto vigente
- D) El sistema en la apreciación de la exposición de motivos del Código de Comercio
- E) La valoración del nuevo sistema por la doctrina inmediata al Código de comercio
- F) Presupuestos de la comisión con representación directa
 - a) La facultad de elegir el modo de actuar la comisión
 - b) Requisitos para la producción de la heteroeficacia directa: la nominación del representado. Comisión y poder. Supuestos de contemplatio domini irregular
- G) Efectos del contrato celebrado por el comisionista en nombre de su representado
 - a) Los efectos normales o típicos
 - b) La interrupción de la eficacia directa
 - 1. Negación de la comisión por el comitente. Fundamento y supuestos
 - 2. Situación del contrato con la comisión negada
 - 3. La prueba de la comisión
 - 4. Consecuencias de la comisión no probada
 - 5. La obligación y las acciones del último inciso del artículo 247.2 del Código de comercio

IV.- REFLEXIÓN FINAL

V.- BIBLIOGRAFÍA