

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2017-2018

ASIGNATURA: Consumidores y Usuarios

PROFESOR(ES): Dña. Beatriz Patiño Alves

CURSO: 3

TPO: OP

CÓDIGO: 019803700

CRÉDITOS ECTS: 6,0

PLAN DE ESTUDIOS: 2017

UNIVERSIDAD: CES Villanueva

FACULTAD O ESCUELA: Área de Comunicación

TITULACIÓN: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

ÁREA DE CONOCIMIENTO: -

ÚLTIMA REVISIÓN: 03/11/2017 14:32:35

2. DATOS GENERALES

OBJETIVOS GENERALES

Teóricos

La normativa europea en materia de consumo ha sido la causa de un nuevo Derecho de los Consumidores, cuya consecuencia inmediata han sido las últimas modificaciones en materia de consumo. El objetivo de esta asignatura es que el alumno conozca en profundidad todos los cambios legislativos a los que hemos asistido en los últimos años, que han afectado a todo el Derecho de consumo, principalmente, en materia de contratación.

El alumno del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas debe ser consciente de que las normas en materia de consumo completan su formación jurídica. Por una parte, el Derecho de la Publicidad analiza el régimen jurídico de la publicidad en el Derecho español. Por otra parte, el Derecho de los Consumidores es la normativa que regula la defensa de los consumidores y usuarios en el marco del sistema económico. No debemos olvidar que el anunciante realiza una publicidad, cuyo destinatario final es el consumidor, y sin el cual, la comunicación comercial no tendría ningún objeto. Además, el consumidor, como parte débil del contrato, posee una mayor protección ante el empresario, que se plasma en la normativa en materia de consumo, principalmente, en la Ley de Consumidores y Usuarios de 2007. El publicista, que debe comunicar su mensaje al público de los consumidores, debe también ser conocedor de los derechos y obligaciones que le asisten a este colectivo, porque, en caso contrario, podría dejar de ser competitivo en su profesión. El conocimiento de la normativa en materia de consumo ayudará al profesional en su desarrollo laboral y evitará graves perjuicios a las empresas de consumo y a su reputación.

Los pilares de este aprendizaje se asientan en la siguiente estructura: (i) Disposiciones generales y derechos de los consumidores y usuarios; (ii) contratación en materia de consumo y tipos especiales de contratación; (iii) prácticas desleales con consumidores (iv) responsabilidad civil por daños causados por productos defectuosos; (v) regulación específica sobre viajes combinados.

Prácticos

Además de la formación teórica, el objetivo de esta asignatura es que los alumnos puedan llegar a conocer, desde un punto de vista práctico, la importancia que tiene la aplicación de las normas objeto de estudio, toda vez que no son fuentes del derecho rígidas e inamovibles. Constantemente, las normas jurídicas son objeto de interpretación por nuestros Tribunales, por las Administraciones Públicas e incluso por los Sistemas de Autorregulación. Para conocer estas interpretaciones es necesario indagar en los casos actuales y reales en materia de consumo. Por este motivo, uno de los objetivos primordiales de la asignatura es acercar el alumno a la casuística en materia de consumo, así como la interpretación de este Derecho por parte de la jurisprudencia. El Derecho es una disciplina del conocimiento viva, que todos los días se reinterpreta y se reelabora, con el único objetivo de solventar los problemas que se van planteando en nuestra sociedad actual. El consumo, en una sociedad de consumo como la nuestra, genera una gran conflictividad, que debe ser resuelta con la aplicación de la normativa específica de consumo. El alumno de Derecho de los Consumidores deberá saber anticiparse a los problemas, para evitar así futuros conflictos con los consumidores.

Consecuentemente, los alumnos deberán aprender a reflexionar, a analizar y a evaluar los casos reales expuestos y deberán saber dar respuesta a todas las cuestiones jurídicas que se plantean en la aplicación de la normativa en materia de consumo. Para ello, los casos prácticos se discutirán en clase, haciendo especial hincapié en los derechos de los consumidores, así como en las circunstancias especiales que rige la contratación, la contratación electrónica, las posibles prácticas desleales en las que puede

incurrir tanto un empresario como un publicista a la hora de hacer publicidad de un producto, etc.

Sensibilización de la posición del consumidor y usuario como destinatarios de la publicidad y las actividades comerciales. Conocimiento del marco jurídico sobre consumo. Conocimiento de los sujetos de consumo: consumidores, asociaciones y organismos oficiales.

Dentro del mundo de la publicidad y las relaciones públicas hay unos conocimientos claves que se refieren al Derecho y que se adquieren en una asignatura introductoria de Derecho y en otra específica de Derecho de la Publicidad. Sin embargo, es necesario conocer además los derechos de los consumidores y usuarios en tanto que operan como condicionante de la actividad publicitaria y de la promoción de productos y servicios.

La abundancia de normativa europea, estatal, autonómica e incluso municipal hace inabarcable su estudio en sólo un cuatrimestre, por ello se tratará de desarrollar las claves del sistema jurídico de protección de los consumidores y usuarios, comenzando por el estudio y análisis del artículo 51 de la Constitución Española y siguiendo, por la norma clave del ordenamiento jurídico español: el Real Decreto Legislativo 1/2007, así como la legislación complementaria. Según el año y el interés que haya podido suscitar determinadas cuestiones sectoriales: compraventa de viviendas, hipotecas, compraventa a distancia, derechos de los pasajeros aéreos...

Por último, se trata de dar a conocer un sistema de resolución de conflictos como es el arbitraje y de poner en valor a las asociaciones de consumidores y usuarios.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Generales

CG5. Capacidad para actuar de conformidad a los principios jurídicos. Ello supone adecuar la actuación publicitaria a las normas jurídicas que protegen a los consumidores y usuarios

Transversales

CT1. Capacidad para obtener provecho de las diversas fuentes de información al alcance del alumno en las distintas materias de estudio para maximizar su formación y alcanzar así un rendimiento óptimo en el plano académico, personal y, posteriormente, profesional. En particular las fuentes normativas, jurisprudenciales y doctrinales que versen sobre derechos de los consumidores y usuarios.

CT2. Capacidad para desarrollar un razonamiento crítico coadyuvante en cualquiera de los contextos que van a conformar su futuro profesional. En concreto sobre la incidencia de las normas de consumo en la actividad publicitaria, comercial y de relaciones públicas.

CT3. Capacidad para la detección, el análisis y la resolución de problemas en cualquiera de los ámbitos que van a conformar la vida académica y profesional del alumno; y para la aplicación de métodos instrumentales de carácter interdisciplinar necesarios para ello.

CT6. Capacidad para adquirir un compromiso ético a nivel personal y social, manifiesto tanto en su comportamiento académico, como en su futuro quehacer profesional.

Específicas

CE8. Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de prestar servicio al cliente de la agencia, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de relaciones públicas y marketing.

CE12. Capacidad y habilidad para definir una política de gestión de la información y documentación en una empresa publicitaria y de las relaciones públicas, así como llevar a cabo o participar en su puesta en marcha a través de una organización adaptada, coordinada y eficiente de las actividades e identificar los distintos componentes de un dispositivo de gestión de la información (componentes humanos, técnicos, financieros, jurídicos).

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

PARTE PRIMERA: PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

TEMA 1: LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

- 1.- Introducción: Autonomía privada y protección del consumidor.
- 2.- La protección de los consumidores en la Unión Europea.
- 3.- La Constitución española y la protección de los consumidores como principio informador del Ordenamiento jurídico.
- 4.- Noción de consumidor.

TEMA 2.- PRÁCTICAS DESLEALES CON LOS CONSUMIDORES

- 1.- Introducción a la Ley de Competencia Desleal.
- 2.- Cláusula general prohibitiva de la competencia desleal.
- 3.- Actos de competencia desleal que lesionan los intereses de los consumidores.
 - 3.1.- Actos de engaño.
 - 3.2.- Actos agresivos.

TEMA 3.- LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR FRENTE A LAS PROMOCIONES.

- 1.- Introducción: Principios Generales recogidos en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación de Comercio Minorista.
- 2.- Actividades de promoción de ventas.
 - 2.1.- Ventas en rebajas.
 - 2.2.- Ventas en promoción.
 - 2.3.- Ventas de Saldos.
 - 2.4.- Ventas en liquidación y demás modalidades.
- 3.- Las promociones *on line*.

PARTE SEGUNDA: CONTRATACIÓN Y CONSUMIDORES

TEMA 4: LOS CONTRATOS CON CONSUMIDORES.

- 1.- Las fases de formación del contrato.
 - 1.1.- La oferta contractual.
 - 1.2.- La aceptación contractual.
 - 1.3.- La perfección del contrato entre ausentes según el Código Civil y el Código de Comercio.
 - 1.4.- La perfección automática telemática y electrónica según la Ley 34/2002, para los Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico.
- 2.- El deber de información precontractual y las consecuencias de su incumplimiento.
- 3.- La forma escrita como mecanismo de protección al consumidor
- 4.- El contenido contractual y la integración de la publicidad.
- 5.- El Derecho de desistimiento.

TEMA 5: LA RESPONSABILIDAD DE LAS EMPRESAS POR PRODUCTOS Y SERVICIOS DEFECTUOSOS

- 1.- Disposiciones generales
 - 1.1.- Indemnización por daños
 - 1.2. Ámbito de protección.
 - 1.3. Ineficacia de las cláusulas de exoneración o limitación de la responsabilidad
 - 1.4. Seguro
- 2.- Responsabilidad
 - 2.1. Daños causados por productos
 - 2.2. Daños causados por otros bienes o servicios

TEMA 6: LAS CONDICIONES GENERALES DE LA CONTRATACIÓN

- 1.- Los contratos de adhesión.
- 2.- Definición de CGC.
 - 2.1.- Ámbito subjetivo.
 - 2.2.- Ámbito objetivo.
 - 2.3.- Ámbito territorial.
- 3.- Requisitos CGC.
- 4.- Registro CGC.
- 4.- Acciones contra CGC.
 - 4.1.- Tipos de acciones.
 - 4.2.- Legitimación activa.
 - 4.3.- Legitimación pasiva.
 - 4.4.- Prescripción de las acciones.
- 5.- Definición de cláusulas abusivas.
- 6.- Requisitos de las cláusulas abusivas.
- 7.- Tipos de cláusulas abusivas.

PARTE TERCERA: SECTORES NORMATIVOS ESPECÍFICOS

TEMA 7: LOS CONTRATOS CELEBRADOS FUERA DE LOS ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES

- 1.- Concepto de establecimiento mercantil.
- 2.- Formalidades del contrato.

- 3.- El Derecho de desistimiento.
- 4.- Irrenunciabilidad de los derechos conferidos en la Ley de Consumidores y Usuarios.

TEMA 8: LOS CONTRATOS A DISTANCIA

- 1.- Concepto de contrato a distancia.
 - 1.1.- Ámbito objetivo.
 - 1.2.- Ámbito subjetivo.
- 2.- La celebración del contrato.
 - 2.1.- La información previa.
 - 2.2.- La información posterior a la celebración del contrato.
- 3.- La entrega del pedido.
- 4.- El derecho de desistimiento: ejercicio, supuestos y efectos.
- 5.- La prohibición de envíos no solicitados.
- 6.- La Irrenunciabilidad de derechos.
- 7.- Especial referencia a la contratación electrónica con consumidores.

TEMA 9: VIAJES COMBINADOS

- 1.- Ámbito de aplicación
- 2.- Información precontractual y formalización del contrato
- 3.- Otros derechos del consumidor y usuario
 - 3.1. Cesión de la reserva
 - 3.2. Información adicional sobre el viaje combinado
- 4.- Modificación del contrato
- 5.- Resolución del contrato

PARTE CUARTA: DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES

TEMA 10: LA PROTECCIÓN JUDICIAL Y ADMINISTRATIVA DE LOS CONSUMIDORES

- 1.- La actividad de las Administraciones Públicas para la protección de los consumidores.
- 2.- El arbitraje de consumo.
 - 2.1.- Las Juntas Arbitrales de Consumo.
 - 2.2.- La formalización del convenio arbitral.

- 2.3.- El procedimiento arbitral.
- 2.4.- El laudo arbitral.
- 3.- El acceso de los consumidores a la justicia.
 - 3.1.- La legislación española.
 - 3.1.1.- Ley General de Publicidad.
 - 3.1.2.- Ley de Competencia Desleal.
 - 3.1.3.- Ley de Condiciones Generales de la Contratación.
 - 3.1.4. Ley de Consumidores y Usuarios.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

- DÍAZ ALABART, S. (Coordinadora) AA.VV., Manual de Derecho de Consumo, Madrid España, 2016.
- LASARTE ALVAREZ, C.: Manual sobre protección de consumidores y usuarios, Dykinson, Madrid, 2016.
- PORTO CORTÉS, ALEJANDRA, AA.VV., Manual de Derecho de Consumo, Lex Nova, Madrid, 2013.
- AA.VV., Estudios sobre Consumo, Tirant lo Blanch, Valencia, 2012.
- LEMA DEVESA C. (Director) y PATIÑO ALVES, B. (Coordinadora), Prácticas desleales de las empresas en su relaciones con los competidores y consumidores, Bosch, Barcelona, 2012.
- REYES LÓPEZ, M. J. Derecho Privado de Consumo, La Ley, Madrid, 2010.
- BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. y SALAS HERNÁNDEZ, J.(Coords): Comentarios a la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, Cívitas, Madrid, 1992.
- BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. y BERCOVITZ RODRÍGUEZ CANO, R.: Estudios jurídicos sobre protección de los consumidores, Tecnos, Madrid, 1999.
- BUSTO LAGO, J.M. (Coord.), Reclamaciones de Consumo Derecho de Consumodesde la perspectiva del consumidor, Thomson, Aranzadi, Pamplona, 2005.
- CARRASCO PERERA, A.: El derecho de consumo: presente y futuro. Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 2002.
- LEÓN ARCE, A., MORENOLUQUE, C. y AZA CONEJO, M. Jesús: Derecho de Consumo, Editorial Forum, Oviedo, 1995.
- LEÓN ARCE, A.: Derecho de los Consumidores y Usuarios. Tirant lo blanch, Valencia, 2000.
- REYES LÓPEZ, M. J. (Coord.): Derecho Privado de Consumo, Tirant lo blanch, Valencia, 2005.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

La metodología utilizada en la impartición de la asignatura de Derecho de los Consumidores es la siguiente:

1. Los temas del programa se colgarán con antelación para que puedan ser consultados por el alumno antes de su exposición.
- 2.- Breve exposición de cada uno de los temas incluidos en el temario por parte del profesor. Para ello, se apoyará de vídeos, así como de presentaciones *power point*.
- 3.- Al finalizar la explicación de cada uno de los temas, el profesor repartirá casos prácticos, bien sea de forma individual o bien sea de forma colectiva, para que los alumnos los intenten resolver en el aula. A través de la resolución de los casos prácticos, el profesor pretende que el alumno tenga una visión práctica de la normativa en materia de consumo. De este modo, se pretende que los conceptos teóricos de la asignatura se fijen a través de las prácticas realizadas.
- 4.- Los casos prácticos se resolverán por el profesor en el transcurso de las clases, fomentando para ello los grupos discusión y los debates en el aula.

Los criterios que se emplearán a la hora de evaluar al alumnado son, en primer lugar, la realización de un examen final en junio. Los

exámenes se compondrán siempre de una **parte teórica** en la que se evaluará al alumno sobre los conocimientos teóricos de la asignatura y de una **parte práctica** que consiste en trasladar esos conocimientos a casos prácticos, que en la mayoría de las ocasiones se corresponderán con casos reales, similares a los resueltos en el transcurso de las clases. De este modo, el alumno tendrá una visión más aproximada de la vida profesional. En segundo lugar, como complemento de la nota final del alumno, se realizarán múltiples casos prácticos consistentes en analizar casos reales en materia de consumo, proponiendo soluciones prácticas, cuya entrega será obligatoria, a lo largo del curso académico.

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACION DE LA ASIGNATURA.

Los criterios de evaluación de la asignatura de Derecho de los Consumidores se dividen en dos partes: por una parte, valoración de los contenidos prácticos de la asignatura; y, por otra parte, evaluación de los contenidos teóricos, a través de un examen final de la asignatura.

PARTE PRÁCTICA:

Representa el 40% de la nota final.

La prueba práctica, basada en el análisis sobre casos reales en materia de defensa de los derechos de los consumidores, consistirá en aportar soluciones prácticas y fundamentados en Derecho, para resolver las cuestiones planteadas. Para ello, el alumno se podrá acompañar de todo el soporte legal consistente en las normas estudiadas durante el desarrollo del curso. Para la realización de esta prueba práctica el alumno tendrá 45 minutos.

PARTE TEÓRICA:

Representa el 40% de la nota final.

Los conocimientos teóricos del alumno se valorarán en la parte teórica del examen final, que consistirá en cuatro preguntas, de las cuales el alumno elegirá tres a desarrollar, sin ningún tipo de material documental de apoyo. Para la realización de esta prueba teórica el alumno dispondrá de 45 minutos.

La parte práctica y teórica se valorarán de 1 a 10 puntos, realizando posteriormente una nota global entre ellas, de tal forma que una parte pueda compensar a la otra.

TRABAJOS Y CASOS PRÁCTICOS RESUELTOS EN EL AULA:

Representa el 20% de la nota final.

Para superarla, el alumno tendrá que aprobar todas las prácticas puntuables que se realicen a lo largo del curso.

No se recogerá ninguna práctica presentado fuera de la fecha de entrega.

Asimismo, se valorará la actitud participativa del alumno hacia la asignatura. Así como, su capacidad oratoria a la hora de exponer su defensa ante una practica, consistente en el análisis jurídico de campañas publicitarias reales.

La asistencia es fundamental no sólo para el entendimiento de la parte conceptual de la asignatura, sino también para la participación en las diversas sesiones prácticas en las que se proyectarán casos reales sobre la problemática actual en el Derecho de consumo.

En julio el alumno suspenso deberá presentarse al examen teórico y práctico, que contendrá preguntas tanto teóricas como prácticas, referidas a la resolución de casos realizados durante el curso, para superar la asignatura. En la convocatoria extraordinaria, la parte teórica supondrá el 50 % de la nota y la parte práctica el 50% restante.

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO