MODALIDAD:

El curso tendrá una duración total de 100 horas de las cuales 80 serán presenciales distribuidas en 10 módulos, los que se desarrollarán en 2 jornadas académicas (viernes y sábados) de 4 horas cada una. Asimismo se considerarán 20 horas de tutoría.-

FECHAS PREVISTAS DE CURSADO:

Mayo: 17/18; 31
Junio: 1 de Junio; 7/8 de junio;
Julio: 5/6 de Julio;
Agosto: 2/3 de de Agosto; 23/24 de agosto; 30/31 de Agosto;
Septiembre: 6/7 ; 20/21
Octubre: 18/19

ARANCEL DEL CURSO:

Total cuatro mil doscientos pesos ($ 4. 200.-)
hasta en seis cuotas de seiscientos pesos ($ 600.-) c/u
y una cuota extraordinaria final de la misma cifra.

INFORMES E INSCRIPCIÓN:

Sede Posadas, Universidad Católica de Santa Fe (Av. Rademacher 3943)
Tel : 0376 4437941 Int. 320
(de 9 a 12 hs y de 18 a 20 hs)

CONSULTAS:

leodievil@hotmail.com;
nancytognola@hotmail.com

ADHESIÓN ESPECIAL:

Municipalidad de la Ciudad de Posadas
(Oficina de Información Municipal del consumidor)

PROMOCIÓN:

Dirección de Comercio Interior de la provincia de Misiones.
Defensa del consumidor.
Ministerio de Acción Cooperativa, Mutual, Comercio e Integración
Programa de televisión "Consumorespeto" (Canal Metro, Jueves 22,30 hs)

RUBINZAL - CULZONI EDITORES
LA DOCTRINA JURÍDICA MÁS DESTACADA

NUEVA FECHA DE INICIO
5 JULIO

17 DE 2013
DU MESES

DIPLOMATURA EN DERECHOS DE LOS USUARIOS Y CONSUMIDORES

Director de la Diplomatura:
Javier H. Wajntraub;

Coordinadora de la Diplomatura:
Nancy Tognola;

Colaborador:
Leonardo Villafañe

Profesores:
Javier Wajntraub; Gonzalo Sozzo; Enrique Muller; Pablo Lorenzetti, Edgardo Saux
Horacio Alesandria, Sebastian Picasso, Carlos Hernandez, Cristian Werlen, Lorena Gonzalez

Se consideran además otros docentes invitados para tratar temas específicos o de interés local:
Dr Carlos A. Garzón Maceda, Dr. Martín Ayala; Dr. Leonardo Villafañe.-

UCSF | Universidad Católica de Santa Fe
Facultad de Derecho y Ciencia política

Unión de Consumidores de Argentina

OBJETIVOS

La Diplomatura busca formar a los actores involucrados en el marco de las relaciones de consumo (Consumidores, Abogados, representantes de ONGs de consumidores, de Municipios, de cámaras empresarias; asesores de empresas, magistrados y funcionarios de la Justicia, representantes de Defensorías del Pueblo), sobre los distintos aspectos de la normativa que protege a los consumidores.

La Diplomatura, en relación a las empresas permitirá generar mayores ventajas competitivas, y mucho más para aquellas que exportan ofreciendo las herramientas para que puedan desarrollar una política de prevención de conflictos de consumo que, de suceder, les reportaría gastos excepcionales de enorme cuantía a través de multas u otro tipo de sanciones y la limitación de la confianza que éstas puedan estar gozando en el mercado.

La sensibilización y formación acerca del establecimiento de pautas de protección del consumidor para las empresas y cámaras empresarias, hoy es un elemento valorado por los clientes y ONGs que tienen por objetivo la protección de usuarios y consumidores siendo muy importante la formación de recursos humanos en la materia. Finalmente, la irrupción de los procesos colectivos para ejercer estos derechos, genera la necesidad de actualización tanto en abogados como magistrados que puede ser absolutamente resuelta con el cursado de la Diplomatura.-

CONTENIDO

MODULO 1

Introducción al derecho del consumo: Fundamentos de la protección del consumidor en el derecho moderno. Surgimiento y desarrollo de esta especialidad. Economía de mercado y derecho del consumo. Los grandes principios del derecho del consumo. El "estatuto del consumidor". Las normas que integran el derecho del consumo: La cuestión en el derecho comparado, con especial énfasis en los países del MERCOSUR y de la UNION EUROPEA. La relación de consumo. El contrato de consumo: Conceptos y caracteres. Formulación legal. Consumidor y usuario: Concepto y diferencias. Proveedor de bienes o servicios: Concepto. Sujetos y clases de actos excluidos. Supuestos dudosos. Diferencias del contrato de consumo con el concepto clásico de contrato. La contratación en la sociedad contemporánea: diversas modalidades. Técnicas de contratación y comercialización.

MODULO 2

La buena fe en el período precontractual. Deberes de colaboración, reserva, lealtad e información. La formación del consentimiento en el contrato clásico y en los contratos de consumo. Fundamento de la obligación de informar en cabeza del proveedor. Sujeto de la obligación informativa. Conducta debida: el comportamiento informativo. Naturaleza. Otras prestaciones vinculadas. El deber de consejo o asesoramiento. El deber de advertencia. El objeto de la obligación de informar. Régimen legal de ley 24.240. Regla general. Caracteres de la información a suministrar. Normas particulares: supuestos que imponen una obligación de informar de carácter especial. Regulación contenida en otras normas que integran el sistema tutelar. Oferta y publicidad. Condiciones. Efectos. Revocación. La publicidad en los contratos de consumo. Caracterización. Diversas clases. Función de la publicidad en la contratación contemporánea. Técnicas publicitarias y protección del consumidor. Regulación legal de la publicidad. Publicidad engañosa: distintos supuestos y remedios jurídicos.

MODULO 3

Los problemas y soluciones en la contratación de consumo: Contratos con cláusulas predispuestas, por adhesión y sujetos a condiciones generales: Problemas que plantean y remedios jurídicos. Interpretación de los contratos de consumo. Cláusulas abusivas: Caracterización. Distintos supuestos. Régimen de ineficacia. Integración judicial del contrato. El deber de información: Contenido. Medios de información. Su funcionamiento antes y después del perfeccionamiento del contrato. Prácticas abusivas. Régimen de garantías. Diversas clases de incumplimiento obligacional. Remedios legales. Garantías legales y convencionales: Concepto. Clases. Vicios redhibitorios: su regulación. Las garantías legales. Garantías convencionales: Servicio técnico, traslados y reparaciones. Facultades del consumidor. Las garantías en los contratos que tienen por objeto la prestación de servicios. La seguridad del producto en la ley 24.240.

MODULO 4

Consumo sustentable. Relación entre el consumo y el ambiente. Evaluación de riesgos previa. La aplicación del principio de precaución. El caso de los alimentos y medicamentos. Los principales casos jurisprudenciales. Información ambiental. Normalización y certificación ambiental.
La relación empresa consumidor en un modelo de gestión socialmente responsable. Marco conceptual y normativo. Grupos de interés internos y externos, contexto; identificar e involucrar. Planificación. Diseño. Implementación. Estrategias. Integración de la responsabilidad social en toda la organización. Beneficios de la Responsabilidad Social para una organización. ISO 26.000. Principios de la responsabilidad social. Prácticas justas de marketing.-

MODULO 5

Responsabilidad por daños. Responsabilidad precontractual: Distintas situaciones que pueden presentarse. Naturaleza de la responsabilidad. Factor de atribución. Legitimación activa y pasiva. Incumplimiento del contrato por el proveedor: diversos supuestos. Opciones a favor del consumidor. La obligación de seguridad. Daños causados por productos elaborados: Concepto. Casos. Régimen legal. Legitimación activa y pasiva. Riesgos del desarrollo: análisis de la problemática. Estado de la cuestión en el derecho comparado. Noción y requisitos. Análisis de los requisitos. El riesgo de desarrollo como eximente de responsabilidad. Los fundamentos para la admisión o rechazo de la defensa de riesgo de desarrollo. El riesgo de desarrollo como caso fortuito. La imposibilidad de asegurarse. Riesgo de desarrollo y carácter defectuoso del producto. Riesgo de desarrollo y función preventiva. Riesgo de desarrollo e incentivo a la investigación.

MÓDULO 6

La prevención del daño. Emplazamiento de la cuestión. Tendencias actuales de la responsabilidad civil. Funciones del derecho de daños. Las razones de la insuficiencia de la tutela civil resarcitoria. La búsqueda de otros caminos. La prevención. Los sentidos de la prevención de los daños. Primer sentido. Adopción de las medidas técnicas idóneas. Segundo sentido. Función preventiva de la sanción resarcitoria. Tercer sentido. Tutela Inhibitoria. La situación en el derecho positivo argentino. Tutela inhibitoria en materia de daños al consumidor. La autonomía de la tutela inhibitoria respecto de la tutela resarcitoria. Presupuestos de la inhibitoria en el plano del derecho sustantivo. Herramientas formales de la inhibitoria. Insuficiencia del proceso civil clásico y de sus herramientas. Las características de un proceso adecuado a la tutela inhibitoria. Las vías de actuación. La tutela inhibitoria provisoria y definitiva. Las características de la sentencia que ordene la tutela inhibitoria.

MODULO 7

Particularidades de la acción del consumidor. Tipos de acciones en que se concreta la orden contenida en la sentencia. Intereses difusos y protección del consumidor. Distintos sistemas de prevención de los daños. Rol de las asociaciones de consumidores. Rol del poder jurisdiccional: el mandato preventivo. Comentario de casos. Los daños Punitivos. Introducción. Concepto. Origen e Historia. Situación con anterioridad a la Ley 23.361. Derecho Comparado. El artículo 52 bis de la LDC. La función o fines de los Daños Punitivos. Naturaleza Civil o Penal. Análisis del instituto. Objeciones a la norma. Posiciones Doctrinarias. Derivaciones Constitucionales. Cuantificación económica de los daños punitivos. Los Daños Punitivos en el Derecho Comparado. Los Daños Punitivos y la Responsabilidad Civil. Efectos en la Economía de los Daños Punitivos. Estado de Situación actual del Instituto. Estudio de Casos.

MODULO 8

Modalidades especiales. Venta domiciliaria y por correspondencia o por medio de telecomunicaciones, medios electrónicos o similares: Caracterización. Condiciones. Derecho de arrepentimiento. Problemática del comercio electrónico. Los profesionales liberales.

MÓDULO 9

Contratos en particular: Contratos de medicina prepaga. Servicios turísticos. Transporte aerocomercial. Contrato de tiempo compartido. Los centros comerciales ante el derecho del consumo argentino. La protección del consumidor en el transporte. Espectáculos. Servicios educativos.
La protección del consumidor en los contratos financieros. Tarjetas de crédito. Los bancos de datos crediticios. Contrato de seguro. Servicios públicos domiciliarios

MODULO 10

La tutela del consumidor en el proceso. El acceso del consumidor a la justicia. Acciones judiciales deducidas por el consumidor: legitimados activos y pasivos. Procesos colectivos. Competencia. Procedimiento aplicable. Efectos de la sentencia. Los tribunales de pequeñas causas. Derecho comparado. Tribunales arbitrales de consumo. Antecedentes. Las bases del sistema arbitral de consumo. El convenio arbitral. Arbitraje de derecho y arbitraje de equidad. El procedimiento. El laudo. Ejecución forzada del laudo. La anulación del laudo. La cuestión en el derecho comparado, con especial énfasis en los países del MERCOSUR y de la UNION EUROPEA. Análisis de jurisprudencia de casos de anulación y ejecución forzada de laudos arbitrales. La experiencia de la autorregulación. Concepto.