



DERECHO Y COMUNICACIÓN DIGITAL

Índice

- 3 Sobre el curso
- 3 Dirigido a
- 4 Objetivos
- 5 Temario
- 5 Metodología
- 6 Profesor
- 7 Inversión
- 7 Datos generales





SOBRE EL CURSO

El curso busca dar a los participantes un apropiado entendimiento sobre las reglas jurídicas aplicables al marketing y comunicación digital, así como el conocimiento necesario sobre los proyectos de leyes, jurisprudencia y perspectivas de regulación que se vienen discutiendo nacional e internacionalmente y que pueden impactar en los negocios basados en Internet.

Las empresas publicitan sus bienes y servicios en motores de búsqueda y redes sociales, utilizan plataformas de venta y sistemas de pago online, recolectan datos personales para perfilar a sus clientes y dirigirles publicidad más acorde a sus intereses. Todo este tipo de actividades está sujeto a un incipiente marco regulatorio en constante evolución, que amerita ser estudiado y analizado de manera integral, considerando las respuestas que vienen surgiendo desde diversas áreas del Derecho como la publicidad, protección al consumidor, propiedad intelectual, protección de datos personales, telecomunicaciones y competencia.

DIRIGIDO A

- Estudiantes de Derecho a nivel de posgrado.
- Abogados que asesoran a empresas privadas y entidades públicas en temas vinculados con ventas online, publicidad, manejo de redes sociales, protección al consumidor, protección de datos personales, propiedad intelectual y áreas afines.
- Comunicadores y profesionales del marketing y publicidad.



OBJETIVOS

General:

Lograr un conocimiento adecuado del ambiente en el que se producen transacciones electrónicas y los distintos conceptos jurídicos vinculados al mundo del comercio online.

Específicos:

Al final del curso, el alumno podrá:

- Conocer la arquitectura funcional del Internet y los objetivos y riesgos asociados a su regulación jurídica.
- Comprender los desafíos que las transacciones electrónicas presentan para las reglas y categorías jurídicas vinculadas con la contratación civil, la protección al consumidor, la publicidad y la privacidad.
- Entender la economía asociada con el intercambio de comunicaciones, bienes y servicios en Internet, y los beneficios y costos relacionados con su regulación.

TEMARIO

- La contratación electrónica: reglas civiles y de protección al consumidor.
- Los intermediarios en el comercio electrónico. La responsabilidad de las plataformas de ventas, medios de pago, clubes de suscriptores y cupones electrónicos.
- Los proyectos de leyes de regulación de aplicaciones móviles.
- Publicidad online y uso de redes sociales.
- Adword advertising y target advertising.
- Recolección de datos personales online.
- Regulación de los over the top services (OTT).
- Neutralidad de red y competencia.

METODOLOGÍA

Sesiones presenciales con actividades expositivas y discusión de casos. En las sesiones presenciales el profesor presentará los principales avances profesionales y temáticos, que serán discutidos por los participantes de la actividad.

PROFESOR

Andrés Calderón

Master of Laws (LL.M.), Universidad de Yale. Abogado por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Profesor e Investigador del Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. Investigador asociado del Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información de la Universidad de Palermo (Argentina).

Ha sido socio y jefe del área de Competencia, Comunicaciones y Datos Personales en el estudio Muñiz, Ramírez, Pérez-Taiman & Olaya Abogados, Secretario Técnico del Tribunal de Solución de Controversias del OSIPTEL, Coordinador Legal de la Sala de Defensa de la Competencia y Comisión de Defensa de la Libre Competencia del Indecopi, y Consultor internacional de la Federal Trade Commission de Estados Unidos. Es columnista del Diario El Comercio, donde se desempeñó como Editor Central de Opinión.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

TIPO DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE
Participación oral y exposiciones	30%
Examen final	70%
Nota final del curso	100%

El examen final consistirá en un ejercicio práctico.

Nota: El examen final es referencial. En esta evaluación el profesor de curso brindará retroalimentación en un caso sobre el desarrollo académico del alumno.

INVERSIÓN

Público general: S/1200

Graduados PUCP: S/1000

Corporativo (a partir de 3 participantes): S/1000

Alumnos Derecho y Empresa (Maestrías en Derecho de la Empresa, Derecho Tributario y Derecho Bancario y Financiero): S/600

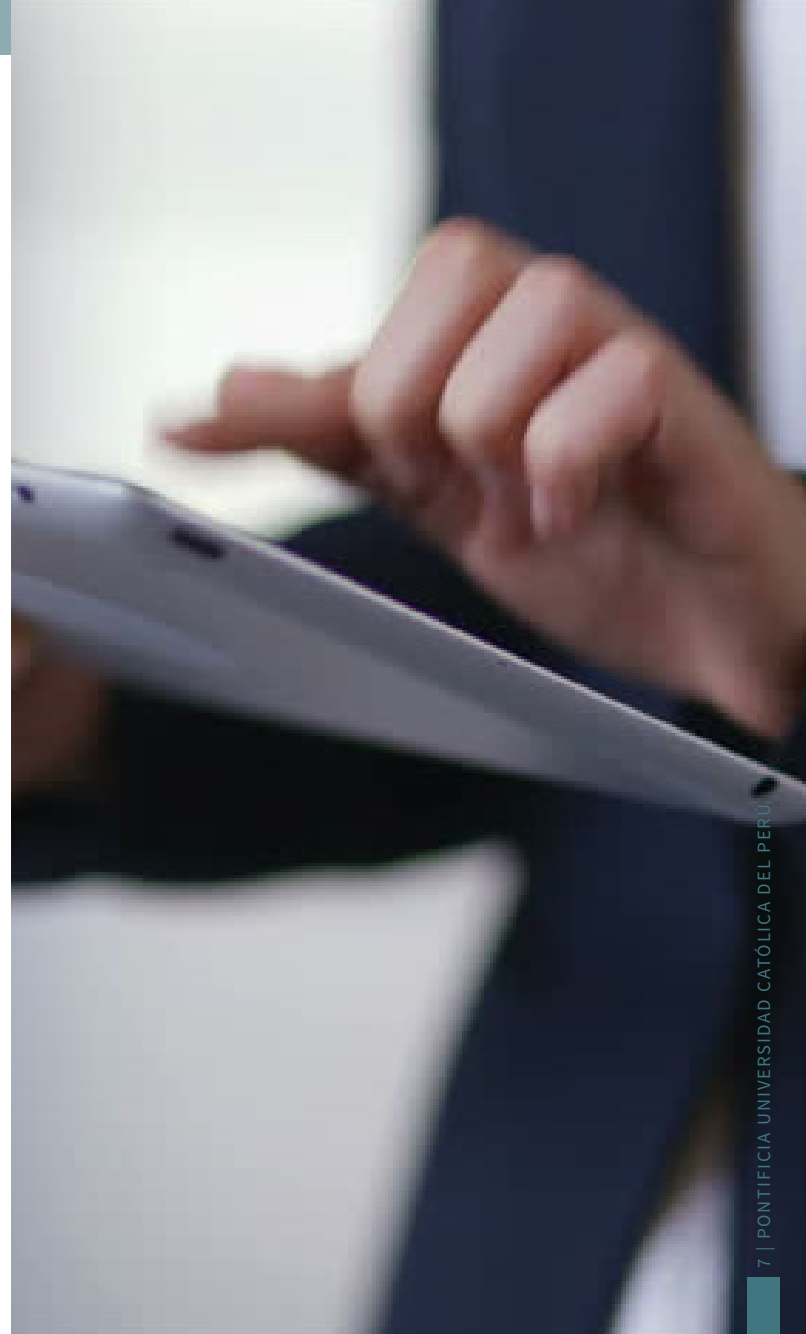
Nota.- El curso contará con un número limitado de participantes, que corresponderá a los primeros 30 inscritos que culminen correctamente el procedimiento de matrícula. La matrícula en el curso culmina con el pago verificado en el sistema de la universidad. Los interesados deberán tener en cuenta que la opción de pago en banco implica un término de espera desde que la eligen hasta que la información para el pago se actualiza en el sistema de la entidad financiera y desde que cancelan el costo de matrícula hasta que dicho pago se registra en el sistema de la universidad. Una vez que se complete el número de vacantes disponibles el sistema no permitirá completar o iniciar más inscripciones. La universidad se reserva el derecho de aumentar el número de participantes.

DATOS GENERALES

- **Lugar:** Four Points by Sheraton (Calle Alcanfores 290, Miraflores)
- **Sesiones:** 2, 9, 15, 16, 23, 29, 30 de mayo y 6 de junio
- **Horario:** 7:00 p.m. a 10:00 p.m.
- **Certificación*:** Al finalizar el curso, la Pontificia Universidad Católica del Perú le otorgará al alumno una Constancia de participación.

Inscríbete aquí

(*) La entrega de la constancia está sujeta a la asistencia mínima del 80% de las clases.



CONTACTO

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

Escuela de Posgrado

Av. Universitaria 1801, San Miguel, Lima 32 - Perú

Complejo Mac Gregor 7mo piso

Teléfonos: (511) 626 2000 anexos 5129 - 5162 - 5176

derecho.empresa@pucp.pe

posgrado.pucp.edu.pe



PUCP