



NOMBRE CURSO: PUBLICIDAD, REDES Y DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Clave asignada: 04(3)-AS/24

Objetivos:

- Conocimiento de la regulación del sector publicitario y novedades introducidas en el sector audiovisual por la Ley 13/2022 desde la perspectiva de la protección de los derechos de los consumidores.
- Analizar y valorar las nuevas prácticas publicitarias existentes en redes y comercio electrónico de productos de consumo y su adecuación a los derechos de las personas consumidoras.
- Estudio de prácticas comerciales desleales con las personas consumidoras.
- Conocimiento de las actuaciones de control e inspección de consumo en plataformas y webs de comercio electrónico.

Destinatarios:

- Profesionales de las Administraciones del Estado, Autonómica y Local, competentes en Consumo.

Contenidos:

- Nuevos modelos publicitarios e impacto en el consumo.
- Publicidad en línea y publicidad audiovisual.
- Normativa sobre publicidad, prácticas comerciales y protección del consumidor.
- Publicidad, redes sociales y personas influyentes. Menores y redes sociales.
- Las administraciones de consumo frente a la actividad publicitaria ilícita y las prácticas comerciales desleales con los consumidores.

Duración, fechas y horario:

- 3 días, 10 horas lectivas (4, 5 y 6 de noviembre de 2024)

Número de asistentes:

- Máximo 50

Modalidad:

- El curso se desarrollará "on line".

Organización:

- Dirección General de Consumo del Gobierno del Principado de Asturias
- Dirección General de Consumo – Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030.

*"Esta acción formativa está incluida en el **PFCI 2024** (PLAN DE FORMACIÓN CONTINUA INTERADMINISTRATIVO del año 2024), promovido por la DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO DEL MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030 y financiado con cargo a los fondos de formación continua para planes interadministrativos del año 2024, por Resolución del Instituto Nacional de Administración Pública –INAP–), en el marco del Acuerdo de Formación para el Empleo de las Administraciones Públicas (AFEDAP)."*



PROGRAMA DEL CURSO

JORNADA 1. NUEVOS MODELOS PUBLICITARIOS. PUBLICIDAD EN LÍNEA Y AUDIOVISUAL.

Fecha: lunes 4 de noviembre de 2024

9:30-10:30 (1h). NUEVOS MODELOS PUBLICITARIOS E IMPACTO EN EL CONSUMO.

- Nuevas tendencias en publicidad y nuevos modelos publicitarios digitales. Algunos aspectos a tener en cuenta: tipologías en la publicidad en internet, comercio electrónico, reseñas online, neuromarketing, etc.
- Comunicaciones comerciales a través de “influencers”. Publicidad encubierta y contenidos ilícitos. Tendencias regulatorias a nivel europeo.
- Influencia en los hábitos de consumo y comportamiento del consumidor.

Ponente: **Alejandro José María Perales Albert**. Profesor Asociado URJC Facultad de CC. Comunicación. Presidente de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC). Director General de Impacto, Análisis de Imagen y Comunicación. Experto del Comité Económico y Social Europeo en materias relacionadas con el audiovisual y la sociedad de la información.

10:45-11:45 (1h). PUBLICIDAD EN LÍNEA (“EL SECTOR DE LA PUBLICIDAD EN LÍNEA”).

- El sector de la tecnología publicitaria en línea.
- Proveedores de servicios de tecnología publicitaria, anunciantes y editores en línea. Actores y responsabilidades.
- Prácticas abusivas, competencia y protección de los consumidores.

Ponente: **Pablo Velasco Sanzo**. Inspector de Competencia de la Dirección de Competencia de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

12:00-13:00 (1h). PUBLICIDAD AUDIOVISUAL (“EL SECTOR AUDIOVISUAL”).

- Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.
- Actores y responsabilidades en el sector audiovisual.
- Novedades introducidas en el sector audiovisual desde la perspectiva de la protección de los derechos de los consumidores.
- Supervisión y control de contenidos audiovisuales y publicidad en plataformas (Amazon Prime, HBO, Netflix, etc).

Ponente: **José Ángel García Cabrera**. Subdirector de Audiovisual. Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).



JORNADA 2. NORMATIVA SOBRE PUBLICIDAD. REDES SOCIALES Y PERSONAS INFLUYENTES.

Fecha: martes 5 de noviembre de 2024

9:30-11:30 (2h). NORMATIVA SOBRE PUBLICIDAD, PRÁCTICAS COMERCIALES Y PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR.

- Normativa legal en materia de publicidad para la defensa de los consumidores y usuarios.
- Publicidad ilícita y nuevas prácticas comerciales desleales con los consumidores.
- Nuevas prácticas introducidas en la LGDCU y en la Ley de Competencia Desleal.
- Novedades en la Ley General de Telecomunicaciones sobre llamadas comerciales.
- Guía sobre la interpretación y la aplicación de la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior.

Ponente: **Beatriz Patiño Alvé**s. Abogada experta en Propiedad Industrial, Propiedad Intelectual, Competencia desleal, Derecho de los consumidores y Publicidad. Profesora del Centro Universitario Villanueva, adscrito a la UCM. Experiencia como Magistrada en la Audiencia Provincial de Madrid y como Coordinadora del Centro Europeo del Consumidor.

11:45-13:15 (1,5h). PUBLICIDAD, REDES SOCIALES Y PERSONAS INFLUYENTES

- La regulación legal del marketing de las personas influyentes. La prohibición de la publicidad encubierta.
- Autorregulación del uso de las personas influyentes en publicidad. Código de conducta de AUTOCONTROL y la Asociación Española de Anunciantes (AEA).
- Las administraciones de consumo y los ciudadanos y ciudadanas ante el marketing de las personas influyentes.

Ponente: **Charo Fernando Magarzo**. Subdirectora general de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial.

JORNADA 3 (3,5 h). MENORES Y REDES SOCIALES. CONTROL ADMINISTRATIVO DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA.

Fecha: miércoles 6 de noviembre de 2024

9:30-11:00 (1,5h). MENORES Y REDES SOCIALES.

- Privacidad y protección de datos personales de menores.
- Publicidad dirigida a menores y sus implicaciones éticas.
- Ciberacoso y riesgos en línea para menores.
- Consentimiento y capacidad (contratos, derecho a la imagen, etc.).

Ponente: **Pascual Martínez Espín**. Catedrático de Derecho Civil de la Universidad de Castilla- La Mancha.

11:15-13:15 (2 h). LAS ADMINISTRACIONES DE CONSUMO FRENTE A LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA ILÍCITA Y LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES CON LOS CONSUMIDORES.

- Control administrativo de la actividad publicitaria. Organismos competentes.
- Potestades inspectoras y sancionadoras en materia de publicidad.
- Garantías y responsabilidades publicitarias.
- Infracciones y sanciones en materia de consumo relacionadas con la publicidad.
- Resolución extrajudicial de conflictos de consumo sobre publicidad y prácticas comerciales desleales con los consumidores y Acciones de Cesación.

Ponente: **Encarna Cordero Lobato**. Catedrática de Derecho Civil. Directora del Departamento de Derecho Civil e Internacional Privado de la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM). Facultad de CC. Jurídicas y Sociales de Toledo.