UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guia docente					
Datos Identificativos					2015/16
Asignatura (*)	Derecho del consumo			Código	612847207
Titulación	Mestrado Universitario en Dereito: Estudos da Unión Europea (plan 2012)				
Descriptores					
Ciclo	Periodo	Curso		Tipo	Créditos
Máster Oficial	2º cuatrimestre	Primero		Optativa	5
Idioma	CastellanoGallegoPortugués				
Modalidad docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Dereito Privado				
Coordinador/a	Lopez Suarez, Marcos A.		Correo electrónico	marcos.lopezs@udc.es	
Profesorado	Alvarez Lata, Natalia Lopez Suarez, Marcos A. Rovira Sueiro, Maria Esther Sande García, Pablo		Correo electrónico	natalia.alvarez.lata@udc.es marcos.lopezs@udc.es maria.rovira@udc.es p.sande.garcia@udc.es	
Web	https://campusvirtual.udc.es/guiadocente/guia_docent/index.php?				
Descripción general	A partir de la entrada en vigor de la reforma del Tratado de la UE firmada en Masstricht el 7 de febrero de 1992, se incorporó al Derecho originario de la Unión ?en concreto, en sus arts. 3 y 129.A- una base jurídica adecuada para fundar la política legislativa comunitaria orientada a la protección de los consumidores, sin perjuicio de que, con anterioridad, el Derecho derivado de la UE ya se hubiese mostrado fecundo en este ámbito. El adecuado funcionamiento del Mercado interior único exige que las reglas jurídicas que regulan las relaciones entre empresarios / profesionales y consumidores / usuarios determinen la existencia de marcos jurídicos homogéneos, con independencia de cuál sea la ley nacional aplicable al supuesto litigioso de que se trate. En efecto, tanto el fomento de la confianza de los consumidores ?indispensable a efectos de dinamizar la economía-, como la eliminación de distorsiones de la competencia, exigen la armonización de las normas de Derecho de consumo y, en particular, del Derecho contractual de consumo, en el ámbito de los países integrantes de la UE. La creación del Mercado único europeo ha permitido que los empresarios y profesionales pongan sus productos o sus servicios a disposición de consumidores de otros mercados diferentes de su país de origen. El desarrollo de los medios de comunicación y la utilización creciente de medios electrónicos de comunicación ?en particular de la red Internet- que facilitan la comparación y el acceso a los productos y servicios, así como la introducción de una moneda única con la que hacer efectiva los pagos dentro de la mayor parte de los países de la UE, constituyen dos vectores claves en la expansión de la publicidad de productos y de la prestación de servicios que ofrecen empresarios y profesionales de un Estado miembro a consumidores y usuarios de un Estado distinto. De esta manera, la celebración de contratos de consumo con un elemento subjetivo ?v.gr., la nacionalidad de alguna de las partes- u objetivo ?v.gr., el lugar de ejecución- de extranjería que determine su calificación como internacionales o transfronterizos ha dejado, hace tiempo, de ser una realidad reservada a un número reducido de consumidores que acostumbran a desplazarse a distintos Estados, para convertirse en una realidad cotidiana para el ciudadano / consumidor medio. De conformidad con los datos jurídicos y de hecho que acaban de ser expuestos, las líneas programáticas del Derecho de consumo en el seno de la UE enunciadas tanto en el «Libro Verde sobre la protección de los consumidores en la UE», de 2 de octubre de 2001, como en la Comunicación de la Comisión denominada «Estrategia en materia de política de los consumidores 2002-2006», de 7 de mayo de 2002, se contempla como objetivo intensificar la armonización de las normas de Derecho de consumo en el seno de los países de la UE.				

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
A3	CE 3 Conocimiento de los distintos estatutos jurídicos personales fundados en la nacionalidad

A12	CE 12 Conocer la regulación de la libertad de pensamiento, conciencia y religión en el ámbito comunitario, así como la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH) en estos ámbitos.
B1	CG1 Conocimiento de las instituciones de la Unión Europea y de la vías de acceso ante ellas de los ciudadanos y de las personas jurídicas
B2	CG2 Conocimiento de las áreas geográficas y de los aspectos materiales en los que se desenvuelve la acción exterior de la Unión Europea
B3	CG3 Manejo solvente de la información sobre la UE y de los portales jurídicos y de información de la Unión Europea
B5	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
B7	CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
B8	CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones ¿y los conocimientos y razones últimas que las sustentan¿ a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C6	Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.
C7	Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título		
- Conocimiento y manejo de las fuentes comunitarias de Derecho de consumo.	AI3 AI12	BI1 BI2 BI3 BI5 BI7 BI8	CI1 CI6 CI7
- Resolución de conflictos de consumo intracomunitarios.	AI3 AI12	BI1 BI2 BI3 BI5 BI7 BI8	CI1 CI6 CI7

Contenidos	
Tema	Subtema
I.- LA POSICIÓN DEL CONSUMIDOR Y DEL USUARIO EN EL DERECHO COMUNITARIO Y EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO ESPAÑOL. LA POLÍTICA COMUNITARIA DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR.	I.- EL CONSUMIDOR INDIVIDUAL.- II.- LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS: II.1.- La defensa de los derechos e intereses propios de los consumidores como función primordial.-II.2.- Otras funciones de las asociaciones de consumidores y usuarios.- II.2.1.- Enunciado de funciones.- II.2.2.- La representación de sus asociados: audiencia y participación en la elaboración de disposiciones generales.- II.2.3.- Información y educación de los consumidores y usuarios.- III.- LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR.- III.1.- Concepto y naturaleza jurídica.- III.2.- Funciones típicas o propias de las OMIC.- III.3.- Otras funciones atribuidas a las OMIC.- IV.- LA LEGISLACIÓN EN MATERIA DE DERECHO DE CONSUMO EN EL ESTADO «PLURILEGISLATIVO» ESPAÑOL.

II.- FORMAS DE RESOLUCIÓN DE LOS CONFLICTOS DE CONSUMO.	I.- IDEAS GENERALES: FUNDAMENTOS DE DERECHO COMUNITARIO Y CONSTITUCIONALES.- II.- PROCEDIMIENTOS JUDICIALES: II.1.- El consumidor individual. II.1.1.- Legitimación activa del consumidor individual. II.1.1.A.- Regla general. II.1.1.B.- ¿Legitimación activa del consumidor individual para el ejercicio de una acción colectiva? II.2.- Pluralidad de consumidores afectados. Legitimación activa para el ejercicio de acciones colectivas. II.2.1.- Regla general. II.2.2.- Los grupos de consumidores «afectados». II.2.3.- Las asociaciones de consumidores y usuarios. II.2.4.- Tutela de los «intereses difusos» de los consumidores y usuarios. II.2.5.- Entidades legalmente constituidas para la defensa y protección de los consumidores y usuarios. II.2.6.- Entidades habilitadas conforme a la normativa comunitaria para el ejercicio de la acción de cesación. II.3.- Concurrencia de legitimaciones activas y de demandantes. II.4.- Intervención individual de un consumidor o usuario en un proceso colectivo. II.5.- Legitimación activa por sustitución de las asociaciones de consumidores y usuarios. II.6.- El Ministerio Fiscal y la tutela de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios. II.7.- Otras entidades activamente legitimadas para el ejercicio de acciones en defensa de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios. II.8.- Legitimación pasiva. II.9.- Especialidades de la reclamación frente a una Administración Pública. II.9.1.- Jurisdicción competente. II.9.1.A.- En el caso de que la reclamación se dirija frente a la Administración Pública. II.9.1.B.- En el caso de que exista un seguro de responsabilidad civil de la Administración Pública. II.9.2.- Procedimiento para la exigencia de responsabilidad civil a una Administración Pública. II.9.2.A.- Iniciación. II.9.2.B.- Tramitación. II.9.3.- Los efectos jurídico-materiales de la responsabilidad de la Administración Pública. La forma de la reparación. II.9.4.- Ejercicio de acciones colectivas frente a una Administración Pública. II.10.- Competencia judicial territorial. II.11.- Problemas de Derecho transfronterizo en los países de la UE. II.11.1.- Derecho aplicable. II.11.1.A.- La armonización del Derecho de consumo en el seno de la UE. II.11.1.B.- El Convenio de Roma de 1980. II.11.1.C.- Obligaciones extracontractuales. II.11.2.- Jurisdicción competente. II.11.2.A.- Consumidor y profesional con domicilio en Estados miembros de la UE. II.11.2.B- Profesional de un tercer Estado. II.12.- Cuestiones procesales. II.12.1.- La opción legislativa que representa la LECiv/2000. II.12.2.- Los cauces procesales adecuados para enjuiciar las reclamaciones de consumo. II.12.2.A.- Procedimiento adecuado en función del tipo de acción ejercitada por el consumidor. II.12.2.B.- Acumulación de la acción de cesación y acciones de resarcimiento. II.12.3.- Postulación procesal y asistencia de letrado. II.12.4.- Las costas procesales. II.12.5.- Dispensa de caución para la adopción de medidas cautelares en el caso de acciones de cesación. II.12.6.- La sentencia que pone fin al procedimiento colectivo. II.12.6.A.- Contenido. II.12.6.B.- Eficacia. II.12.6.C.- La ejecución de la sentencia. III.- MECANISMOS EXTRAJUDICIALES DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE CONSUMO: III.1.- Principios que rigen la resolución extrajudicial de conflictos de consumo. III.2.- La mediación y la conciliación. III.3.- El arbitraje de consumo. III.3.1.- Caracterización general. III.3.2.- Presupuestos para el sometimiento del consumidor al arbitraje de consumo. III.3.3.- Los efectos de la declaración de concurso en el arbitraje de consumo. III.3.4.- Principios básicos del funcionamiento del sistema arbitral de consumo. III.3.5.- La limitación de la defensa del profesional en los casos en los que exista oferta pública de sometimiento a arbitraje. III.3.6.- Los arbitrajes sectoriales. III.4.- El arbitraje ordinario. III.5.- El arbitraje «on-line» (o virtual).

III.- PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES Y PUBLICIDAD.	I.- LA TUTELA DE LA TOMA DE DECISIÓN DEL CONSUMIDOR. EL NUEVO ESCENARIO CREADO POR LA LEY 29/2009, DE 30 DE DICIEMBRE: I.1.- La Directiva 2005/29/CE, de prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con consumidores: claves. I.2.- La Ley 29/2009, de 30 de diciembre, que modifica el régimen general de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios. Incidencia de la reforma en el Derecho estatal y en el Derecho autonómico. II.- RÉGIMEN GENERAL DE LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES CON LOS CONSUMIDORES: II.1.- Regulación y ámbito de aplicación. II.2.- La cláusula general y sus elementos: a) Distorsión del comportamiento económico. b) La noción del consumidor medio. II.3. Tipos de prácticas desleales: las prácticas comerciales engañosas y las prácticas comerciales agresivas: a) Conceptos legales y definiciones: - Actos de engaño y omisiones engañosas. En especial, las prácticas engañosas por confusión. - Prácticas agresivas. b) La lista negra de prácticas desleales con los consumidores. II.4.- Otros supuestos de publicidad ilícita (la reforma de la LGP). III.- RÉGIMEN DE PUBLICIDAD ESPECIAL PARA DETERMINADOS BIENES/SERVICIOS: III.1.- Alimentos. Especial referencia al Reglamento Europeo sobre alegaciones nutricionales y de salud de los alimentos. III.2.- Tabaco y bebidas alcohólicas. III.3.- Publicidad de productos farmacéuticos y centros sanitarios (publicidad de medicamentos y productos con pretendida finalidad sanitaria). III.4.- Vivienda. III.5.- Productos y servicios financieros. III.6.- Viajes combinados y aprovechamiento por turno. III.7.- La publicidad televisiva. III.8.- Comunicaciones comerciales por vía electrónica. IV.- ACCIONES Y REMEDIOS FRENTE A LAS PRÁCTICAS DESLEALES Y OTRAS FORMAS DE PUBLICIDAD ILÍCITA: IV.1.- Remedios de la LCD: reformulación y uniformización de las acciones por la Ley 29/2009 (arts. 32 y ss. LCD). IV.2.- Remedios contractuales (la integración del contrato con la publicidad; acciones de cumplimiento contractual; de incumplimiento; y de resolución del contrato: TRLGDCU). IV.3.- Infracción de consumo: arts. 47.3 e 49.1 TRLGDCU.
IV.- ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE VENTAS Y MODALIDADES DE VENTA.	I.- ACTIVIDADES CON FINALIDAD DE PROMOCIÓN DE VENTAS: I.1.- Carácter de las normas que regulan las «ventas promocionales». I.2.- La venta en rebajas. I.3.- La venta de saldos. I.4.- La venta en liquidación. I.5.- La venta con obsequios. I.6.- La venta conjunta o en lote. I.7.- La venta de promoción. II.-TÉCNICAS ESPECIALES DE DISTRIBUCIÓN O VENTA AL CONSUMIDOR DE BIENES Y SERVICIOS: II.1.- La venta multinivel. II.2.- La venda directa. II.3.- La contratación de bienes y servicios celebrada fuera del establecimiento mercantil. II.4.- La venta a distancia. II.5.- Los contratos electrónicos. II.6.- La venta automática. II.7.- La venta ambulante o no sedentaria. II.8.- La venta en pública subasta: las subastas celebradas a través de internet. III.- MODALIDADES PROHIBIDAS DE VENTA: III.1.- La venta con pérdida. III.2.- La venta en pirámide.

V.- LA ADQUISICIÓN DE BIENES Y PRODUCTOS POR EL CONSUMIDOR.	I.- INTRODUCCIÓN: BIENES DE CONSUMO Y PRODUCTOS DEFECTUOSOS. ACLARACIONES TERMINOLÓGICAS. II.- LA FIJACIÓN DEL PRECIO. III.- LA INFORMACIÓN SOBRE LOS PRECIOS. IV. El PAGO DEL PRECIO. V.- LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA ADQUISICIÓN DE BIENES DEFECTUOSOS O QUE NO SATISFAGAN SUS LEGÍTIMAS EXPECTATIVAS ECONÓMICAS. VI.- NORMAS Y MECANISMOS QUE INCIDEN SOBRE LA PRODUCCIÓN Y LA PRESENTACIÓN Al PÚBLICO DE BIENES QUE SATISFAGAN LAS LEGÍTIMAS EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR. VII.- MEDIOS DE REACCIÓN JURÍDICA FRENTE A BIENES QUE NO SE AJUSTAN A LA LEY, AL CONTRATO O A LAS EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR: LA OBLIGACIÓN DE CONFORMIDAD. LA GARANTÍA LEGAL. VIII.- LAS GARANTÍAS COMERCIALES. IX.- LOS SERVICIOS POSTVENTA: LA ASISTENCIA TÉCNICA, LA REPARACIÓN Y LOS REPUESTOS DE LOS PRODUCTOS DE NATURALEZA DURADERA. X.- LA PROPUESTA DE REGLAMENTO, DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO, RELATIVO A UNA NORMATIVA COMÚN DE COMPRAVENTA EUROPEA DE 11 DE OCTUBRE DE 2011.
VI.- LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA ADQUISICIÓN DE BIENES DEFECTUOSOS O QUE NO SATISFAGAN SUS LEGÍTIMAS EXPECTATIVAS ECONÓMICAS.	I.- NORMAS Y MECANISMOS QUE INCIDEN SOBRE LA PRODUCCIÓN Y LA PRESENTACIÓN AL PÚBLICO DE BIENES QUE SATISFAGAN LAS LEGÍTIMAS EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR. II.- MEDIOS DE REACCIÓN JURÍDICA FRENTE A BIENES QUE NO SE AJUSTAN A LA LEY, AL CONTRATO O A LAS EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR: LA OBLIGACIÓN DE CONFORMIDAD. III.- LAS GARANTÍAS COMERCIALES. IV.- LOS SERVICIOS POSTVENTA: LA ASISTENCIA TÉCNICA, LA REPARACIÓN Y LOS REPUESTOS DE LOS BIENES. V.- LA SEGURIDAD DE LOS BIENES: V.1.- La obligación de ofrecer productos seguros al mercado. V.2.- La responsabilidad del fabricante por los daños causados por los productos defectuosos.
VII.- EL CONSUMIDOR DE VIVIENDA.	I.-COMPRAVENTA DE VIVIENDA. II.- MODALIDADES CONTRACTUALES EN TORNO A LA ADQUISICIÓN DE VIVIENDA. III.- PUBLICIDAD, INFORMACIÓN Y FORMA CONTRACTUAL EN LA VENTA DE VIVIENDAS. IV.- LA VIVIENDA: REQUISITOS. V.- EL PRECIO. VI.- PRÁCTICAS CONTRACTUALES (ABUSIVAS) RELATIVAS A LA RESOLUCIÓN Y DESISTIMIENTO. VII.- EVENTUALES CESIONES DE CONTRATO. VIII.- RÉGIMEN DE LAS VARIACIONES O REFORMAS EN LA VIVIENDA A ENTREGAR. IX.- RETRASOS EN LA ENTREGA DE LA VIVIENDA. X.- INCUMPLIMIENTO CONTRACTUAL DEFINITIVO. XI.- COMPRAVENTA DE VIVIENDA CON MEDIACIÓN DE AGENTES INMOBILIARIOS. XII.- LA INTERVENCIÓN DEL PROMOTOR EN EL RÉGIMEN DE PROPIEDAD HORIZONTAL. LAS CLÁUSULAS ABUSIVAS O ILÍCITAS EN LOS ESTATUTOS DE PROPIEDAD HORIZONTAL. XIII.- PROTECCIÓN DEL ARRENDATARIO DE VIVIENDA COMO CONSUMIDOR: XIII.1.- Publicidad e información en los arrendamientos de vivienda: remisión. XIII.2.- Cláusulas abusivas en los alquileres de vivienda.

VIII.- PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES.	I.- PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES PRIVADOS: I.1.- Arrendamiento de servicios y normas corporativas. I.2.- El contrato de arrendamiento de servicios. I.3.- Profesiones en las que la colegiación es obligatoria para la prestación de servicios al público. La función de la Administración corporativa. Normativa deontológica: A.- Abogados. B.- Procuradores: normas arancelarias. Reclamación de derechos y suplidos. II.- PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES PRIVADOS. PROFESIONES NO COLEGIADAS: II.1.- Talleres de reparación de vehículos automóviles. II.2.- Servicios de reparación de aparatos de uso doméstico. II.3.- Prestación de servicios de mantenimiento. II.4.- Servicios de telefonía. II.5.- Prestadores de servicios de la sociedad de la información. II.6.- Suministro de energía eléctrica. II.7.- Prestación de servicios funerarios. II.8.- Servicios de aparcamiento de vehículos de motor. III.- PRESTACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS: III.1.- El sometimiento de la prestación pública de servicios a las normas del Derecho de consumo. III.2.- Servicios de enseñanza. III.3.- Servicios sanitarios. III.4.- Concesionarios de servicios públicos.
IX.- LOS CONTRATOS DE FINANCIACIÓN DEL CONSUMIDOR.	I.- EL CRÉDITO Al CONSUMO: I.1.- El crédito al consumo como modalidad de préstamo personal. I.2.- Ámbito subjetivo de aplicación de la Ley de crédito al consumo. I.3.- Ámbito objetivo de aplicación de la Ley de crédito al consumo. I.4.- Formación del contrato de crédito al consumo. I.5.- Forma del contrato y copias. I.6.- Contenido del documento contractual y consecuencias de su omisión. I.7.- La facultad del consumidor de reembolsar anticipadamente el crédito. I.8.- El incumplimiento del prestatario: vencimiento anticipado. I.9.- Efectos de la vinculación contractual entre el préstamo y el contrato de adquisición de un bien o de un servicio. I.10.- Aplicación de la LCCFEM a los contratos de financiación vinculados a los de adquisición de un bien o servicio. II.- LA VENTA A PLAZOS DE BIENES MUEBLES.
X.- BANCA. PRODUCTOS FINANCIEROS, MEDIOS DE PAGO BANCARIOS Y GARANTÍAS HIPOTECARIAS.	I.- NORMAS SOBRE TRANSPARENCIA EN LAS OPERACIONES CON ENTIDADES DE CRÉDITO Y PROTECCIÓN DEL CLIENTE BANCARIO. II.- DEBERES DE PUBLICIDAD O DE INFORMACIÓN AL CLIENTE. III.- EL PACTO DE INTERESES EN LOS PRÉSTAMOS BANCARIOS. IV.- TRANSPARENCIA DE LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS BANCARIOS PRESTADOS MEDIANTE CAJEROS AUTOMÁTICOS (INFORMACIÓN SOBRE LAS COMISIONES). V.- ADQUISICIÓN A DISTANCIA DE PRODUCTOS FINANCIEROS. VI.- LA UTILIZACIÓN DE TARJETAS DE PAGO ELECTRÓNICO Y CRÉDITOS VINCULADOS. VII.- MALAS PRÁCTICAS BANCARIAS. VIII.- LA RECLAMACIÓN JUDICIAL DE SALDOS DEUDORES POR LA ENTIDAD BANCARIA. IX.- PRÉSTAMO CON GARANTÍA HIPOTECARIA: IX.1.- El contrato de préstamo garantizado con una hipoteca. IX.2.- El crédito hipotecario al consumo. IX.3.- La protección del deudor en los créditos hipotecarios. IX.4.- Reembolso o cancelación anticipada del préstamo garantizado con hipoteca. IX.5.- Peculiaridades del pacto de intereses. IX.6.- Los instrumentos de cobertura del riesgo de tipo de interés (las permutas financieras de tipos de interés). IX.7.- Régimen del redondeo en préstamos a interés variable. Nulidad de las cláusulas de «redondeo al alza». IX.8.- Seguros vinculados a préstamos hipotecarios. X.- LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR SOBREENDEUDADO: EL CONCURSO DEL CONSUMIDOR. XI.- PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CONTRATOS DE ADQUISICIÓN DE BIENES CON OFERTA DE REVALORACIÓN O GARANTÍA DE RESTITUCIÓN DEL PRECIO. XII.- INSTITUCIONES DE TUTELA DEL CLIENTE BANCARIO: XII.1.- El defensor del cliente bancario. XII.2.- Comisionados para la defensa de los clientes de servicios financieros. XII.3.- El Servicio de reclamaciones del Banco de España.

XI.- LA CONTRATACIÓN DE SEGUROS POR EL CONSUMIDOR.	I.- EL CONTRATO DE SEGURO Y PROTECCIÓN DEL ASEGURADO. II.- PUBLICIDAD, INFORMACIÓN Y OTRAS VICISITUDES PRECONTRACTUALES. III.- FORMA Y DOCUMENTACIÓN DEL CONTRATO. IV.- EL TRATAMIENTO DE LAS CLÁUSULAS OSCURAS, ABUSIVAS, LESIVAS Y LIMITATIVAS EN EL CONTRATO DE SEGURO. V.- LAS MODIFICACIONES EN EL CONTRATO DE SEGURO. AGRAVAMIENTOS Y DISMINUCIONES DE RIESGOS; AUMENTOS O MODIFICACIONES EN LAS PRIMAS Y PRÓRROGAS DEL SEGURO. VI.- OTROS DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL CONSUMIDOR EN El CONTRATO DE SEGURO. VII.- LA PROTECCIÓN ADMINISTRATIVA DEL ASEGURADO: LAS RECLAMACIONES ADMINISTRATIVAS ANTE LA DGS Y LOS ÓRGANOS ADMINISTRATIVOS DE DEFENSA DEL ASEGURADO. VIII.- LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR DE SEGUROS FRENTE A UNA SITUACIÓN DE CRISIS DEL ASEGURADOR.
XII.- CONSUMIDOR Y SECTOR TURÍSTICO.	I.-TURISMO Y DERECHO DE CONSUMO: I.1.- Panorama general. I.2.- Mecanismos de protección del turista en las leyes de ordenación del turismo. II.- VIAJES COMBINADOS: II.1.- Viajes combinados: conceptos. II.2.- Protección del consumidor en el TRLGDCU. Los derechos del consumidor en el viaje combinado. II.3.- Prescripción de las acciones. II.4.- Garantías, fianzas y otros seguros turísticos. II.5.- La contratación on-line de los viajes combinados. III.- HOSPEDAJE Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS: III.1.- El contrato de hospedaje. La reserva hotelera. III.2.- Responsabilidad del hotel por daños sufridos por el cliente en el establecimiento. IV.- APARTAMENTOS TURÍSTICOS Y VIVIENDAS VACACIONALES. V.- ADQUISICIÓN DE DERECHOS DE APROVECHAMIENTO POR TURNO DE BIENES INMUEBLES DE USO TURÍSTICO: V.1.- Introducción. V.2.- Clases de derechos de aprovechamiento por turno sobre bienes inmuebles de uso turístico. Caracterización legal. V.3.- Constitución del régimen de aprovechamiento por turno. V.4.- Publicidad, información y forma del contrato. V.5.- Derechos de los adquirentes.
XIII.- CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE TRANSPORTE POR CONSUMIDORES.	I.- EL TRANSPORTE AÉREO DE PASAJEROS. II.- EL TRANSPORTE DE VIAJEROS POR CARRETERA. III.- EL TRANSPORTE FERROVIARIO DE PASAJEROS. IV.- EL TRANSPORTE MARÍTIMO DE PASAJEROS.

Planificación				
Metodologías / pruebas	**Competencias / Resultados**	**Horas lectivas (presenciales y virtuales)**	**Horas trabajo autónomo**	**Horas totales**
Estudio de casos	B7 B8 C1 C6	11	33	44
Sesión magistral	B5 B7	36	36	72
Prueba de respuesta múltiple	B7 C6	1	4	5
Discusión dirigida	B5 B7 B8 C1 C6 C7	3	0	3
Atención personalizada		1	0	1
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	**Descripción**
Estudio de casos	- Resolución individual y en grupos reducidos de supuestos prácticos facilitados por el Profesor. - Comentarios de resoluciones judiciales.
Sesión magistral	- Exposición por el Profesor de los contenidos esenciales de la materia.

Prueba de respuesta múltiple	- Prueba tipo test, de veinte cuestiones con cuatro respuestas posibles.
Discusión dirigida	- Planteamiento de asuntos de política comunitaria de consumo para su discusión en el aula, previa realización de lecturas y búsqueda de materiales.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Discusión dirigida Prueba de respuesta múltiple Sesión magistral Estudio de casos	- Atención individual en las horas de enseñanza presencial. - Tutorías individualizadas y en grupos reducidos.

Evaluación			
Metodologías	**Competencias / Resultados**	**Descripción**	**Calificación**
Prueba de respuesta múltiple	B7 C6	- Prueba final tipo test con cuatro respuestas posibles.	60
Sesión magistral	B5 B7	- Asistencia a las exposiciones realizadas por el Profesor.	20
Estudio de casos	B7 B8 C1 C6	- Resolución de supuestos prácticos formulados por el Profesor.	20
Otros			

Observaciones evaluación

Fuentes de información	
Básica	- BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, RODRIGO (Coordinador) (2009). Comentarios al Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios. Ed. Aranzadi, Cizur Menor - CARRASCO PERERA, ÁNGEL (2002). El Derecho de consumo en España: presente y futuro. Ed. INC - BUSTO LAGO, JOSÉ MANUEL; ÁLVAREZ LATA, NATALIA; PEÑA LÓPEZ, FERNANDO (2010). Reclamaciones de consumo. Derecho de consumo desde la persepectiva del consumidor. Cizur Menor. Ed. Aranzadi Legislación: El Texto Refundido de la LGDCU y otras leyes complementarias está publicado en el BOE de 30 de noviembre de 2007 (disponible en pdf en www.boe.es). Pueden manejarse diversas compilaciones legislativas, en este momento no por mor de los recientes cambios legislativos: existen volúmenes en la biblioteca de las compilaciones (incluidas las Directivas de consumo): MARÍN LÓPEZ, M. J. y MARTÍNEZ ESPÍN, P.: Código de consumo (Legislación, comentarios y jurisprudencia), Ed. Aranzadi, Cizur Menor, 2004; y Código sobre consumo y comercio, Ed. Aranzadi, Cizur Menor, 2009 (2ª edic.). Son recomendables los materiales (artículos doctrinales y comentarios jurisprudenciales) contenidos en la página web del Centro de Estudios de Consumo de la UC-LM (www.cesco.es), entre los que se encuentra la Revista CESCO de Derecho de Consumo. Compendium de Derecho de consumo europeo (legislación, jurisprudencia y doctrina de 25 Estados miembros UE, incluida la española):http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/acquis/index_en.htm y http://www.eu-consumer-law.org/index.html

Complementária	- GUILLÉN CARAMÉS, J. (2002). El Estatuto Jurídico del Consumidor. Madrid. Ed. Civitas - DE LEÓN ARCE, A. y GARCÍA GARCÍA, L. Mª (2007). Derechos de los consumidores y usuarios (T. I y II). Valencia. Ed. Tirant lo Blanch - CÁMARA LAPUENTE, S. (Director) (2011). Comentarios a las normas de protección de los consumidores. Madrid. Ed. Colex - REBOLLO PUIG, M. e IZQUIERDO CARRASCO, M. (DIRS.) (2011). La defensa de los consumidores y usuarios (Comentario sistemático del TR aprobado po el RDLeg. 1/2007). Madrid, Ed. Iustel

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Asignaturas que continúan el temario
Otros comentarios

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías