

SÍLABO

Derecho de los Consumidores

Código	ASUC00178	Carácter	Obligatorio
Prerrequisito	Derecho Mercantil		
Créditos	3		
Horas	Teóricas	2	Prácticas 2
Año académico	2022		

I. Introducción

Derecho de los Consumidores es una asignatura de especialidad, de naturaleza obligatoria para los estudiantes de la carrera; se ubica en el noveno período de estudios de la Escuela Académico Profesional de Derecho. La asignatura busca desarrollar la competencia específica Conocimientos Interdisciplinarios, en el nivel logrado, de evaluación multidisciplinar.

La asignatura comprende el estudio del Derecho de Consumo, aplicar sus categorías y principios, así como el análisis de la jurisprudencia relevante, teniendo en consideración el impacto del uso de tecnologías de la información y la comunicación en la realidad social y económica de nuestro país. Su enfoque tiene una naturaleza crítica y reflexiva sobre el desarrollo de esta disciplina en nuestro país, y los instrumentos que la legislación y la jurisprudencia ofrecen para la debida protección de los derechos e intereses de los consumidores, comprendiendo cabalmente la importancia del rol asumido por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, así como de los organismos reguladores.

II. Resultado de aprendizaje de la asignatura

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de aplicar las categorías y principios del Derecho de consumo, conociendo adecuadamente la regulación y la jurisprudencia nacional e internacional sobre protección al consumidor para la solución de casos concretos.

III. Organización de los aprendizajes

Unidad 1		Duración en horas	
Evolución del derecho de los consumidores, principios y conceptos básicos			16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de explicar el estado actual en la evolución del derecho de los consumidores, su relación con otras áreas del Derecho, aplicando sus principios e identificando una relación de consumo.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evolución del derecho de los consumidores 2. Relación con el Derecho ordenador del mercado 3. La relación de consumo. El consumidor y el proveedor 4. La asimetría informativa 5. Principios del Derecho de protección al consumidor 		

Unidad 2		Duración en horas	
Derechos de los consumidores			16
Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de aplicar los derechos de consumidores en la legislación peruana.		
Ejes temáticos:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Información 2. Idoneidad 3. Trato preferente y no discriminación 4. Protección a la salud y seguridad 5. Contratos de consumo 6. Métodos comerciales abusivos, coercitivos y agresivos 		

Unidad 3		Duración en horas	
Protección al consumidor en sectores específicos			16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de aplicar la regulación de la protección al consumidor en sectores específicos y relevantes del mercado.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Protección del consumidor en la publicidad 2. Servicios públicos regulados 3. Sectores de salud, educación e inmobiliario 4. Servicios financieros 5. Comercio electrónico 		

Unidad 4		Duración en horas	
Procedimientos y mecanismos de tutela de los derechos de los consumidores			16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de aplicar los diferentes procedimientos y mecanismos de solución de controversias en materia de protección al consumidor.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Procedimientos administrativos de protección al consumidor 2. Mecanismos alternativos de solución de controversias 3. Tutela de los intereses colectivos o difusos de los consumidores 4. Asociaciones de consumidores 5. Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor 		

IV. Metodología

En el desarrollo de la asignatura se empleará una metodología experiencial y colaborativa centrada en el aprendizaje del estudiante, en la que se harán exposiciones dialogadas y participativas, combinadas con discusiones en clase, trabajos y discusiones grupales.

Modalidad Presencial - Blended

- Aprendizaje colaborativo
- Aprendizaje experiencial
- Estudio de casos

Modalidad Semipresencial - Virtual

- Aprendizaje colaborativo
- Aprendizaje experiencial
- Estudio de casos

Modalidad Educación a Distancia

- Aprendizaje experiencial
 - Aprendizaje colaborativo
 - Estudio de casos
-

V. Evaluación
Modalidad Presencial - Blended

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso parcial	Peso total
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación escrita teórico-práctica individual / Prueba mixta	0 %	
Consolidado 1 C1	1	Semana 4	- Análisis grupal de casos / Rúbrica de evaluación	70 %	20 %
	2	Semana 7	- Análisis grupal de casos / Rúbrica de evaluación - Actividades de trabajo autónomo en línea	30 %	
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 8	- Evaluación individual teórico-práctica / Prueba de desarrollo	20 %	
Consolidado 2 C2	3	Semana 12	- Análisis grupal de casos / Rúbrica de evaluación	70 %	20 %
	4	Semana 15	- Entrega grupal de trabajo investigación / Rúbrica de evaluación - Actividades de trabajo autónomo en línea	30 %	
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 16	- Análisis individual de casos / Rúbrica de evaluación	40 %	
Evaluación sustitutoria*	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	- Aplica		

* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

Modalidad Semipresencial - Virtual

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación individual teórica / Prueba objetiva	0 %
Consolidado 1 C1	1	Semana 2	- Análisis grupal de casos / Rúbrica de evaluación	20 %
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 4	- Evaluación teórico-práctica / Prueba de desarrollo	20 %
Consolidado 2 C2	3	Semana 6	- Análisis grupal de casos / Rúbrica de evaluación	20 %
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 8	- Análisis individual de casos / Rúbrica de evaluación	40 %
Evaluación sustitutoria*	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	- Aplica	

* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

Modalidad Educación a Distancia

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación individual teórica / Prueba objetiva	0 %
Consolidado 1 C1	1	Semana 2	- Análisis grupal de casos / Rúbrica de evaluación	20 %
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 4	- Evaluación teórico-práctica / Prueba de desarrollo	20 %
Consolidado 2 C2	3	Semana 6	- Análisis grupal de casos / Rúbrica de evaluación	20 %
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 8	- Análisis individual de casos / Rúbrica de evaluación	40 %
Evaluación sustitutoria*	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	- Aplica	

* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (20 \%) + EP (20 \%) + C2 (20 \%) + EF (40 \%)$$

VI. Bibliografía
Básica

Carbonell, E. (2010). *Análisis al Código de protección al consumidor*. Jurista Editores.
<https://cutt.ly/NWVvOGd>

Complementaria

El Peruano. (2019). Reglamento que promueve y regula la implementación voluntaria de programas de cumplimiento normativo en materia de protección al consumidor y publicidad comercial. Decreto Supremo N.º 185-2019-PCM.

Indecopi. (2019). Directiva N.º 002-2019/DIR-COD-INDECOPI. Directiva para la selección de casos en defensa de intereses colectivos o difusos por conductas de competencia desleal. Resolución de la presidencia del Consejo Directivo del Indecopi N.º 130-2019-Indecopi/COD.

Indecopi. (2019). *Lineamientos sobre protección al consumidor*.

Rodríguez, G. (2013). *El consumidor en su isla: una visión alternativa del sistema de protección al consumidor*. Universidad del Pacífico.

Thorne, J. (2010). Las relaciones de consumo y los principios esenciales en protección y defensa del consumidor. Reflexiones en torno al Proyecto de Código de Consumo. *Derecho & Sociedad*, (34), 61-68.

<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/13328>

VII. Recursos digitales

Morales, A. (2021). Arbitraje de consumo: retos en el sistema de protección al consumidor. *Ius et Praxis*, (052). pp. 311-338.

<https://doi.org/10.26439/iusetpraxis2021.n052.5007>

ONU. (2016). *Directrices para la protección del consumidor*.

https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_es.pdf

Súmar, O. (2011). *Ensayos sobre protección al consumidor en el Perú*. Universidad del Pacífico.

<http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/186/SumarOscar2011.pdf?sequence=1>

UNCTAD. (2017). *Manual sobre protección del consumidor*. Publicación de las Naciones Unidas. <https://bit.ly/3uETGnz>