



I. Datos de identificación

Espacio educativo donde se imparte

Licenciatura

Unidad de aprendizaje  Clave

Carga académica      
Horas teóricas Horas prácticas Total de horas Créditos

Período escolar en que se ubica

Seriación    
UA Antecedente UA Consecuente

Tipo de UA  Curso  Seminario  Laboratorio  Otro tipo (especificar)

Modalidad educativa  Escolarizada. Sistema rígido  Escolarizada. Sistema flexible  No escolarizada. Sistema virtual  No escolarizada. Sistema a distancia  No escolarizada. Sistema abierto  Mixta (especificar).

Formación común  Actuaría 2004  Derecho Internacional 2010  Logística 2010  Negocios Internacionales 2010

Formación equivalente UA

II. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

Núcleo de formación:  Integral  Área curricular:  Derecho Internacional Privado  Carácter de la UA  Obligatoria  Optativa



Elaboró:

Mtra. Liliana Antonia Mendoza González  
Dra. Eva Martha Chaparro Salinas

### III. Objetivos de la formación profesional.

#### Objetivos del programa educativo:

Asesorar en la toma de decisiones estratégicas que rigen la vida pública y comercial de las relaciones internacionales.

Colaborar en la realización de transacciones comerciales internacionales.

Proponer soluciones jurídicas adecuadas a los problemas de la empresa, en el ámbito nacional e internacional.

Actuar como árbitros internacionales en los mecanismos comerciales de nuestro país.

Asesorar órganos públicos, particulares, y empresas privadas en las negociaciones internacionales.

Atender litigios que se interpongan ante los tribunales del país como del extranjero, en operaciones comerciales de sus clientes.

Contribuir, mediante la generación de estrategias jurídicas, a un desarrollo económico sostenible y de igualdad social.

Comprender el establecimiento del Estado de Derecho en el marco internacional.

Investigar sobre el régimen jurídico del comercio internacional.

Analizar los problemas jurídicos del campo empresarial internacional, y los medios para la solución de sus conflictos.

#### Objetivos del núcleo de formación:

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de las funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.

#### Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Conocer el funcionamiento y aplicar los procedimientos de los Organismos Internacionales en el cual se interpongan controversias relacionadas con el ámbito de la propiedad industrial e intelectual.

Comprender las instituciones y procedimientos judiciales competentes en los conflictos entre personas jurídicas, bienes, posesiones y en materia familiar con la finalidad de dar solución a las controversias que se susciten en el ámbito internacional.

Elaborar contratos con base a las reglas señaladas en los Tratados y Convenios de carácter internacional en el ámbito civil o mercantil.

Valorar la existencia de contraposición de la normatividad entre países con la finalidad de proponer la solución jurídica adecuada y dimensionar la magnitud del conflicto y poder seleccionar las normas aplicables al caso en concreto.

Conocer las medidas de protección que existen en materia comercial internacional con la finalidad de seleccionar la normatividad y la autoridad competente en caso de controversia.



#### **IV. Objetivos de la unidad de aprendizaje.**

Valorar las medidas de protección en materia internacional en las transacciones de carácter económico que se susciten entre agentes económicos, entre agentes económicos y Estados, y, entre Estados. Seleccionar las instituciones y legislaciones de los Estados, para la protección del consumidor. Realizar investigación comparada sobre las cláusulas injustas o abusivas del derecho internacional del consumidor, los conflictos de leyes y de jurisdicción, los términos contractuales estándares. Argumentar sobre los efectos para el consumidor que derivan de la oferta en el mercado y de la rama del derecho comercial auto-creado o contratos tipo. Analizar los requerimientos normativos para regular la internacionalización de los mercados, en particular del comercio electrónico y de la celebración de contratos internacionales.

#### **V. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.**

1. Concepto de derechos de los consumidores
  - 1.1 La Carta Europea de Protección de los Consumidores
  - 1.2 El Programa Preliminar y las directivas de la Comunidad Económica Europea
  - 1.3 Las Directrices de la ONU para la protección al consumidor
  - 1.4 El Código brasileño de defensa del consumidor
  - 1.5 La Ley Federal de Protección al Consumidor.
2. Normas que protegen el derecho de los consumidores.
  - 2.1 Los derechos básicos en la Ley Federal de Protección al Consumidor
  - 2.2 El derecho a la protección de la vida, la salud y la seguridad
  - 2.3 El derecho a la educación
  - 2.4 El derecho a la información
  - 2.5 El derecho a la protección de los intereses económicos
    - 2.5.1 La publicidad engañosa
    - 2.5.2 Los contratos celebrados fuera del local comercial y en forma indirecta
    - 2.5.3 Los contratos de adhesión
    - 2.5.4 Autofinanciamiento
    - 2.5.5 El servicio de tiempo compartido
3. Ejercicio del derecho
  - 3.1 El derecho a la protección de los intereses jurídicos
    - 3.1.1 El derecho al cumplimiento de lo convenido u ofrecido
    - 3.1.2 El derecho a la reparación de los daños y perjuicios
    - 3.1.3 El derecho de acceso a los órganos administrativos y jurisdiccionales
  - 3.2 Los medios para el ejercicio de los derechos del consumidor
    - 3.2.1. El procedimiento conciliatorio
    - 3.2.2. El procedimiento por infracciones a la ley
    - 3.2.3. Arbitraje
    - 3.2.4. El proceso jurisdiccional



## **VI. Acervo bibliográfico**

Barbier, Eduardo Antonio (2002): Contratación bancaria 1: consumidores y usuarios. Editorial: ASTREA, 2ª Edición, Argentina.

Hamel, Gary (2004): El futuro de la competencia: creación conjunta de valor único con los consumidores. Editorial Ediciones gestión 2000, España.

Ovalle Favela José (2008): Derechos de los consumidores. Editorial: Oxford university press. México.

Schiffman, Leon G. (2010): Comportamiento del consumidor. Editorial Pearson 10ª Edición. 2010, México.

Wallovits, Julio (2011) La reconciliación con el consumidor. Editorial: Empresa activa. España