

RESOLUCIÓN DEL RECTORADO N° 384/19

VISTO:

La nota presentada por la Sra. Decana de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, por la cual solicita la aprobación del curso de extensión *La importancia de tu marca. Cómo defenderla de tus competidores*, y

CONSIDERANDO:

Que se han expedido la Sra. Secretaria General y el Vicerrector Académico;

Que, en función de lo relacionado precedentemente, la propuesta ha cumplido con los trámites y recaudos internos de contralor y aprobación;


Por ello y en uso de las facultades que le confiere el Estatuto Universitario,

**EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD FASTA
DE LA FRATERNIDAD DE AGRUPACIONES SANTO TOMÁS DE AQUINO**

RESUELVE :

Artículo 1°.- APROBAR el curso de extensión *La importancia de tu marca. Cómo defenderla de tus competidores*, bajo la modalidad a distancia, con una duración de 8 horas reloj, de conformidad con la propuesta presentada por la Sra. Decana de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad FASTA, que obra como ANEXO de la presente Resolución.-

Artículo 2°.- Dese a conocer, entréguese copia a los interesados y archívese.



PROF. MARCELA S. GREÑA DE GASCÓN
SECRETARIA GENERAL
UNIVERSIDAD FASTA



DR. JUAN CARLOS MENA
RECTOR
UNIVERSIDAD FASTA

ANEXO RESOLUCIÓN DEL RECTORADO N° 384/19

Curso de Extensión: “La importancia de tu marca. Cómo defenderla de tus competidores”

Justificación y Objetivos

Internet tiene un impacto enorme en *marketing* y *branding*. Las fuerzas influyentes online incluyen la libertad de expresar opiniones y la libertad de descubrirlas. La reputación del “boca en boca” está mutando al “*click to click*”. La velocidad con se propagan las conversaciones en el mundo online lleva a reconocer la importancia del buen manejo de la reputación en internet.

Adquirir nociones sobre los aspectos legales en las acciones de marketing digital y campañas comerciales. Enseñar los conceptos de derecho preventivo que les evitarán crisis de reputación e imagen.

Los temas propuestos serán nociones de marketing digital y social media, comunicaciones comerciales, protección de datos personales, derecho al honor, a la intimidad y a la imagen, derechos de propiedad intelectual, competencia desleal, publicidad 3.0, reputación online y *cleaning* digital.

Los abogados no pueden ignorar las nuevas formas de comunicación online, youtubers o influencers. La reputación online toma un valor superlativo, poniendo en jaque incluso la existencia de la empresa en ocasiones.

Destinatarios

Abogados con la necesidad o la visión futurista de querer dar solución a problemas modernos.

Profesionales dedicados al marketing digital o al social media que deseen evitar conflictos legales o circunstancias que puedan afectar una campaña publicitaria o la imagen digital de sus clientes.

Programa y contenidos mínimos

Módulo 1: Las 4P del marketing. Los Peers. Perfil. Internet como escenario de mercado. Las x-periencias.

Módulo 2: Páginas web. Dominios de internet y marcas. Recuperación de dominios. Libros de visitas. Responsabilidad. Redes sociales. Facebook. Twitter. YouTube. Instagram.

Módulo 3: La reputación on line. Importancia. Lo que se ganó en años se puede perder en minutos. Publicidad online. Influencers. Casos prácticos.

Módulo 4: Libertad de expresión. Injurias. Derecho al olvido. Cleaning digital.

Metodología y descripción de actividades de aprendizaje

El curso que se propone se dicta utilizando la modalidad virtual, a través de una plataforma y empleando diferentes estrategias que ofrece la Web 2.0, tales como foros, blogs y tutorías.

Bibliografía básica**Módulo 1**

Gonzalo A. y Arébalos A. *La revolución Horizontal. El poder de la comunicación en manos de la gente.* Argentina. Ediciones B. p. 17 a 38 y 85 a 104.

Video. El caso “Domino’s pizza”.

Módulo 2

Iturralde, M. P. *Conceptos tradicionales en el ambiente virtual: Internet, las marcas y los nombres de dominio.* La Ley 2000-D, 1

Tomeo F. *Las redes sociales y su régimen de responsabilidad civil.* La Ley 2010-C, 1025.

SM y LEM s/ Ordinario- Daños y Perjuicios, Expte. Nº B-85235/02, Sup Tribunal de Jujuy, 30-06-04

Tomeo F., *Las redes sociales y su régimen de responsabilidad civil,* La Ley 14/05/2010.

Módulo 3

Identidad digital y reputación online. Recuperado de <http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos5.pdf> el 27-08-14.

Tomeo F., *La credibilidad y la imagen corporativa on line,* La Ley AR/DOC/4277/2009.

Tomeo F., *La protección de la imagen y la reputación corporativa en la Web 2.0.,* Sup. Act. 02/02/2010.

Módulo 4

Cada vez más modelos, políticos y empresarios buscan limpiar su reputación en Internet, recuperado de <http://www.iprofesional.com/notas/147092-Cada-vez-ms-modelos-politicos-y-empresarios-buscan-limpiar-su-reputacin-en-Internet> el 27-08-14.

Fernandez Delpech H., *El derecho al olvido. Jurisprudencia del Tribunal de Justicia de La Unión Europea,* La Ley 2014-C, 404

Palazzi, P., *El reconocimiento en Europa del derecho al olvido en Internet,* La Ley 2014-C, 407.

Evaluación de los aprendizajes

Al finalizar el curso los alumnos deberán aprobar una evaluación con respuestas múltiples y respuestas Verdadero o Falso.