

SÍLABO

I. DATOS GENERALES

PROGRAMA: Diplomado Internacional en Márketing y Transformación Digital

CURSO: Legislación en Medios Digitales

CICLO: 2019

CRÉDITOS:

PROFESOR: Miguel Morachimo Rodríguez

CORREO: XXXXXXXXXX

FECHAS: 6, 11, 13 y 20 de noviembre de 2019

HORAS: 16

II. MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN UPC

Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú

VISIÓN UPC

Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación

MISIÓN EPG

Formar profesionales, a nivel de maestría y especialidad, líderes íntegros e innovadores con visión global para que agreguen valor en las organizaciones y la sociedad para que contribuyan a transformar el Perú

VISIÓN EPG

Ser reconocidos por formar profesionales a nivel de maestría y especialidad con las más altas competencias profesionales y su liderazgo en la transformación del Perú.

III. INTRODUCCIÓN

Legislación en Medios Digitales es un curso del programa de Diplomado Internacional en Márketing y Transformación Digital que busca desarrollar las competencias de análisis y toma de decisiones en función de las reglas legales aplicables a procesos de transformación digital en el país.

En particular, este curso presentará el contexto legal en el que se enmarcan muchas de las actividades involucradas en un proceso de transformación digital en Perú, desde la publicidad en línea hasta la apertura de un canal de comercio electrónico o la gestión de bases de datos personales.

Desde el problema legal y reputacional generado a Facebook luego de las investigaciones sobre Cambridge Analytica hasta los problemas de las aplicaciones de movilidad urbana en Lima, los procesos de transformación digital de las organizaciones a menudo plantean nuevos escenarios legales para los directivos y el negocio en general. En esas situaciones, el conocimiento sólido de cómo funciona la tecnología y cuál es el alcance de las leyes sobre estas actividades puede ser un factor determinante para la viabilidad del proceso. Este curso busca ofrecer esos instrumentos de análisis para propiciar decisiones más informadas en profesionales sin un entrenamiento legal formal.

IV. LOGRO DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante debe de poseer herramientas de análisis básicas para identificar y estimar el impacto de posibles contingencias legales en el marco de un proceso de transformación digital general suficientes para determinar en nivel de riesgo, así como saber cuándo es necesario una revisión legal detallada de la propuesta. Al mismo tiempo, el alumno contará con un marco de referencia sobre las principales controversias en materia de regulación de la innovación en Perú.

V. LOGROS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE Y CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

SESIÓN/HORAS	LOGRO DE LA UNIDAD	TEMARIO	ACTIVIDADES	LECTURAS
6 de noviembre 4 horas	El estudiante entiende cómo está organizado el ecosistema digital y qué niveles o actores afecta cierta controversia.	1. ¿Cómo funciona Internet? 2. ¿Cómo funciona la tecnología? 3. Fronteras y potestades de los países 4. Libertad de expresión y noticias falsas	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación oral del tema. • Resolución y discusión de los casos prácticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zuckerberg, Mark (30 de marzo de 2019). The Internet needs new rules. Let's start in these four areas. The Washington Post. Recuperado de https://www.washingtonpost.com/opinions/mark-zuckerberg-the-internet-needs-new-rules-lets-start-in-these-four-areas/2019/03/29/9e6f0504-521a-11e9-a3f7-78b7525a8d5f_story.html [Consultado: 15 de octubre de 2019]
11 de noviembre 4 horas	El estudiante conoce las	5. Comercio electrónico	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación oral del tema. 	<ul style="list-style-type: none"> • Instituto Nacional de Defensa de la Competencia

	principales reglas aplicables al uso de redes sociales y a la actividad publicitaria en línea	6. Publicidad y competencia desleal 7. Reglas especiales para redes sociales y tiendas de aplicaciones	<ul style="list-style-type: none"> Resolución y discusión de los casos prácticos. 	y de Protección de la Propiedad Intelectual (2019). <i>Guía sobre Publicidad Digital y recomendaciones para Influencers [Proyecto]</i> . Recuperado de https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/3979412/Publicidad+Digital.pdf [Consultado: 15 de octubre de 2019] <ul style="list-style-type: none"> Revisar políticas de redes sociales indicadas en bibliografía complementaria
13 de noviembre 4 horas	El estudiante conoce las reglas aplicables a las obras protegidas por propiedad intelectual, así como el tratamiento de los nombres de dominio en línea.	8. Propiedad intelectual 9. Responsabilidad de intermediarios 10. Nombres de dominio	<ul style="list-style-type: none"> Presentación oral del tema. Resolución y discusión de los casos prácticos. 	<ul style="list-style-type: none"> Red Científica Peruana. <i>Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio delegados bajo el ccTLD .PE</i>. Recuperado de https://punto.pe/archivos/Politica de Solucion de Controversias5.pdf [Consultado: 15 de octubre de 2019]
20 de noviembre 4 horas	El estudiante conoce los principales elementos del marco legal peruano para el uso de datos personales en ámbitos digitales.	11. Protección de datos personales y big data 12. Derecho al olvido 13. Presentación final de casos	<ul style="list-style-type: none"> Presentación oral del tema. Resolución y discusión de los casos prácticos. Exposiciones individuales de casos 	<ul style="list-style-type: none"> Ley No. 29733, Ley de Protección de Datos Personales y Reglamento Dirección Nacional de Protección de Datos Personales. Resolución Directoral N° 1182-2018-JUS/DGTAIPD-DPDP contra Mifarma S.A.C. Recuperado de https://www.minjus.gob.pe/wp-content/uploads/2018/09/ITM-130-RD-1182-2018-JUS-DGTAIPD-DPDP-31-05-18-MIFARMA-SAC-SANCION.pdf. [Consultado: 15 de octubre de 2019]

VI. METODOLOGÍA

Metodología UPC: De acuerdo con el Modelo Educativo, la formación integral en la UPC, que tiene como base el desarrollo de competencias, se promueve a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje en el que el estudiante, cumple un rol activo en su aprendizaje, construyéndolo a partir de la reflexión, análisis, discusión, evaluación, exposición e interacción con tus pares, y conectándolo con tus experiencias y conocimientos previos. Por ello, cada sesión estará diseñada para ofrecerle al estudiante diversas maneras de apropiarse y poner en práctica el nuevo conocimiento, reconociendo la importancia que esto tiene para su éxito profesional.

En el curso usaremos exposiciones, presentaciones de casos, discusiones en clase e investigación individual para tratar de abordar el problema de la aplicación de reglas a entornos digitales de la manera más multidimensional posible: la económica, la política y, por supuesto, la legal. En ese sentido, el curso busca motivar a los estudiantes a que contribuyan casos, preguntas, nuevas perspectivas e ideas que ayuden a entender mejor cada tema.

VII. EVALUACIÓN

1. DESCRIPCIÓN DE LOS MEDIOS DE EVALUACIÓN

El curso se evaluará de dos maneras: a través de la participación en clase activa de los estudiantes y a través de la exposición final. En la primera (PA), se recompensará la participación oral crítica y honesta de los estudiantes, ya sea para plantear preguntas, ofrecer ejemplos, pedir aclaraciones o brindar detalles adicionales durante el dictado de la clase y la discusión de los casos. En este punto se evaluará mejor la calidad de la participación que el número de intervenciones, siendo ideal que durante el curso cada estudiante haya tenido al menos tres (3) intervenciones orales.

El puntaje de la Exposición Final (EX) se asignará en función al desempeño de cada alumno en la clase final, para la cual deberá de realizar una presentación de cinco (5) minutos presentando una noticia o caso de actualidad elegido según su criterio y resumiendo la posición que debería de tomar su área funcional respecto de dicha noticia a una junta de directorio. Se evaluarán tanto aspectos de forma (tono de voz, manejo del tiempo) como de fondo (coherencia, capacidad de identificar problemas legalmente relevantes, plan de acción propuesto).

2. CRONOGRAMA DE EVALUACIÓN

MEDIO	DESCRIPCION	OBSERVACION	FECHA/SEMANA	PESO (%)
PA	Participación en clase	Evaluación individual	Constante	40%
EX	Exposición final	Evaluación individual	20 de noviembre	60%

3. FÓRMULA DE EVALUACIÓN

$PF = 40\%(PA) + 60\%(EX)$

VIII. BIBLIOGRAFÍA

1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Este curso no cuenta con bibliografía básica porque no se aplican controles de lectura.

2. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Botero C, Camilleri M y Cortés C. Democracia en la Era Digital: Libertad De Expresión En Las Américas y el “Derecho Al Olvido” Europeo. Recuperado de https://www.thedialogue.org/wp-content/uploads/2017/11/Democracia-en-la-Era-Digital_FINAL-1.pdf [Consultado: 15 de octubre de 2019]

The Economist (28 de junio de 2018). The story of the internet is all about layers. Recuperado de <https://www.economist.com/special-report/2018/06/28/the-story-of-the-internet-is-all-about-layers> [Consultado: 15 de octubre de 2019]

Dirección Nacional de Protección de Datos Personales. *Resolución Directoral N° 1182-2018-JUS/DGTAIPD-DPDP contra Mifarma S.A.C.* Recuperado de <https://www.minjus.gob.pe/wp-content/uploads/2018/09/ITM-130-RD-1182-2018-JUS-DGTAIPD-DPDP-31-05-18-MIFARMA-SAC-SANCION.pdf>. [Consultado: 15 de octubre de 2019]

Facebook. *Normas Comunitarias.* Recuperado de <https://www.facebook.com/communitystandards/> [Consultado: 15 de octubre de 2019]

Facebook. *Normas Comunitarias de Instagram.* Recuperado de <https://help.instagram.com/477434105621119/> [Consultado: 15 de octubre de 2019]

Facebook. *Políticas de Publicidad.* Recuperado de <https://www.facebook.com/policies/ads/> [Consultado: 15 de octubre de 2019]

Google. *Políticas de Google Ads.* Recuperado de <https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=es-419>

Google. *Políticas y Seguridad en Youtube.* Recuperado de <https://www.youtube.com/intl/es-419/about/policies/#community-guidelines>

Goldsmith, J. & Wu, T. (2006). *Who controls the internet: Illusions of a borderless world.* New York, Oxford University Press.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual (2013). *Competencia Desleal y Regulación Publicitaria.* Recuperado de http://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/5559/competencia_desleal.pdf [Consultado: 15 de octubre de 2019]

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual (2019). *Guía sobre Publicidad Digital y recomendaciones para Influencers [Proyecto].*

Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/3979412/Publicidad+Digital.pdf/>
[Consultado: 15 de octubre de 2019]

Morachimo, M. (19 de septiembre de 2019). La explotación corporativa de nuestros datos personales. *Ojo Público*. Recuperado de <https://ojo-publico.com/1360/la-explotacion-corporativa-de-nuestros-datos-personales> [Consultado: 15 de octubre de 2019]

Red Científica Peruana. *Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio delegados bajo el ccTLD .PE*. Recuperado de <https://punto.pe/archivos/Politica de Solucion de Controversias5.pdf> [Consultado: 15 de octubre de 2019]

Rubio Correa, Marcial. (2017) *El Sistema Jurídico (introducción Al Derecho)*. 7a ed. Lima: PUCP Fondo Editorial.

Twitter. *Políticas de Twitter Ads*. Recuperado de <https://business.twitter.com/es/help/ads-policies/introduction-to-twitter-ads/twitter-ads-policies.html> [Consultado: 15 de octubre de 2019]

Twitter. *Reglas de Twitter*. Recuperado de <https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/twitter-rules> [Consultado: 15 de octubre de 2019]

Zuckerberg, Mark (30 de marzo de 2019). The Internet needs new rules. Let's start in these four areas. The Washington Post. Recuperado de https://www.washingtonpost.com/opinions/mark-zuckerberg-the-internet-needs-new-rules-lets-start-in-these-four-areas/2019/03/29/9e6f0504-521a-11e9-a3f7-78b7525a8d5f_story.html [Consultado: 15 de octubre de 2019]