



**ISEIE**

ISEIE INNOVATION SCHOOL



**BROCHURE**

# **DIPLOMADO EN DERECHO DEL CONSUMIDOR**

**DERECHO**



**[www.iseie.com](http://www.iseie.com)**

03

**DIPLOMADO EN DERECHO DEL CONSUMIDOR**

04

**POR QUÉ REALIZAR UN DIPLOMADO**

05

**OBJETIVOS**

06

**PARA QUÉ TE PREPARA EL  
DIPLOMADO**

07

**DISEÑO Y CONTENIDO**

08

**REQUISITOS DE POSTULACIÓN**

09

**TITULACIÓN PROPIA**

10

**TRABAJO DE FIN DE DIPLOMADO**

11

**CONTENIDO DEL DIPLOMADO**

16

**UBICACIÓN Y CONTACTO**



# DIPLOMADO EN DERECHO DEL CONSUMIDOR

En un contexto donde la globalización, la digitalización de los mercados y la complejidad de las relaciones comerciales han modificado radicalmente las dinámicas de consumo, el Derecho del Consumidor surge como una herramienta esencial para equilibrar las relaciones jurídicas entre proveedores y consumidores, garantizar los derechos fundamentales del ciudadano y fomentar prácticas empresariales éticas, transparentes y responsables.

Nuestro Diplomado en Derecho del Consumidor proporciona un abordaje integral, actualizado y práctico sobre los marcos normativos que protegen al consumidor, tanto en el entorno físico como digital. A través de una estructura modular, el programa permite comprender los principios rectores de la disciplina, su evolución histórica, el funcionamiento de los mecanismos de protección, la solución de conflictos y los nuevos retos que plantean el comercio electrónico, la publicidad digital, los productos defectuosos, las cláusulas abusivas y la inteligencia artificial.



# POR QUÉ REALIZAR UN DIPLOMADO



Un diplomado supone una especialización en un rubro específico, se eleva el conocimiento y nivel académico de la persona, convirtiéndola en un elemento fundamental dentro de un esquema de trabajo; su trascendencia radica en el desarrollo de competencias adicionales que adquiere, su proceso formativo se vuelve más sólido y por ende se convierte en un candidato más atractivo para cubrir un puesto preponderante.



Esta metodología de estudio implica una responsabilidad especial para el estudiante, ya que el nivel de exigencia es mayor y la batería de asignaturas es más compleja, los catedráticos asumen que están frente a profesionistas competentes, con un cúmulo de competencias firmes que les permiten desarrollar actividades que simulan escenarios reales con problemáticas que inducen a una reflexión profunda.



# OBJETIVOS



A partir del uso generalizado de sistemas informáticos y muy especialmente con la utilización de las redes masivas, comenzaron a surgir controversias jurídicas que no se prestaban a soluciones clásicas. Las dificultades son, esencialmente, la caracterización jurídica de los hechos que suceden en Internet, la determinación del lugar donde se producen (ley aplicable y tribunal competente) y del tiempo en que suceden (en los casos en que éste sea un elemento de configuración).



Así surgen dos puntos fundamentales a considerar: el dictado de nuevas normas específicas y la reinterpretación de las normas existentes para ser aplicadas a las nuevas situaciones.



Nuestro diplomado permite comprender los problemas han surgido en todas las ramas del derecho: cuestiones de responsabilidad civil (violación de la propiedad intelectual, relación entre marca y nombre de dominio, responsabilidad de los administradores de redes y de los programadores),



alcanzarás un conocimiento exhaustivo de los derechos que existen y la manera de solucionar las controversias surgidas y podrás estudiar el marco legal nacional e internacional existente

# PARA QUÉ TE PREPARA EL DIPLOMADO

---

A

Dominar los fundamentos jurídicos del derecho del consumidor, tanto en su dimensión teórica como en su aplicación práctica. Identificar y aplicar la normativa nacional e internacional que regula las relaciones de consumo, incluyendo marcos de la ONU, la OCDE y la UE.

B

Evaluar y defender los derechos básicos del consumidor, como el derecho a la información, seguridad, educación, reparación y no discriminación. Asesorar jurídicamente en contratos de consumo, comercio electrónico, publicidad digital, productos defectuosos y servicios financieros.

C

Prevenir y resolver conflictos en materia de consumo mediante mecanismos administrativos, judiciales y extrajudiciales. Interpretar y aplicar principios de responsabilidad objetiva y subjetiva, ética empresarial y protección de consumidores vulnerables.

D

Anticipar tendencias y desafíos regulatorios actuales, como la economía colaborativa, la inteligencia artificial, la protección en entornos digitales y la sostenibilidad del consumo.



# DISEÑO Y CONTENIDO

01

Para el diseño del Plan de estudios de este curso, ISEIE Innovation School ha seguido las directrices del equipo docente, el cual ha sido el encargado de seleccionar la información con la que posteriormente se ha constituido el plan de estudio



02

De esta forma, el profesional que acceda al programa encontrará el contenido más vanguardista y exhaustivo relacionado con el uso de procesos innovadores y altamente eficaces, conforme a las necesidades y problemáticas actuales,



Buscando la integración de conocimientos académicos y de formación profesional, en un ambiente competitivo y globalizado. Todo ello a través de cada uno de sus módulos de estudio presentado en un cómodo y accesible formato 100% online.



03



El empleo de la metodología Relearning en el desarrollo de este programa te permitirá fortalecer y enriquecer tus conocimientos y hacer que perduren en el tiempo a base de una reiteración de contenidos.

04

# REQUISITOS DE POSTULACIÓN

Para postular a nuestro diplomado en derecho, debes cumplir con los siguientes requisitos:



Documento de identidad



Correo electrónico



Curriculum Vitae

Si eres estudiante, conocimientos equivalentes en el área del diplomado al que estas postulando.

## A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

Abogados/as, asesores jurídicos y jueces que deseen especializarse en protección al consumidor, contratos, comercio digital y responsabilidad civil.

Funcionarios públicos y profesionales de organismos de defensa del consumidor, tanto en el ámbito nacional como local.

Empresarios, gerentes de atención al cliente, responsables de compliance y marketing, interesados en implementar prácticas responsables y legalmente válidas.

Académicos, docentes e investigadores vinculados al derecho privado, económico o digital.

Estudiantes avanzados de Derecho y disciplinas afines que deseen profundizar en la legislación de consumo.



# TITULACIÓN PROPIA



Al concluir el curso, los participantes serán galardonados con una titulación propia otorgada por ISEIE Innovation School. Esta titulación se encuentra respaldada por una certificación que equivale a 4 créditos ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System) y representa un total de 100 horas de dedicación al estudio.



Esta titulación no solo enriquecerá su imagen y credibilidad ante potenciales clientes, sino que reforzará significativamente su perfil profesional en el ámbito laboral. Al presentar esta certificación, podrá demostrar de manera concreta y verificable su nivel de conocimiento y competencia en el área temática del curso.



Esto resultará en un aumento de su empleabilidad, al hacerle destacar entre otros candidatos resaltando su compromiso con la mejora continua y el desarrollo profesional.



# TRABAJO FINAL DEL DIPLOMADO

A

Una vez que haya completado satisfactoriamente todos los módulos del diplomado, deberá llevar a cabo un trabajo final en el cual deberá aplicar y demostrar los conocimientos que ha adquirido a lo largo del programa.

B

Este trabajo final suele ser una oportunidad para poner en práctica lo que ha aprendido y mostrar su comprensión y habilidades en el tema.

C

Puede tomar la forma de un proyecto, un informe, una presentación u otra tarea específica, dependiendo del contenido del curso y sus objetivos. Recuerde seguir las instrucciones proporcionadas y consultar con su instructor o profesor si tiene alguna pregunta sobre cómo abordar el trabajo final.



# DIPLOMADO EN DERECHO DEL CONSUMIDOR

## MÓDULO 1: FUNDAMENTOS DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR

- 1.1 Conceptos básicos y evolución histórica
  - 1.1.1 Definición de consumidor y proveedor
  - 1.1.2 Origen y desarrollo del derecho del consumidor
  - 1.1.3 Principios rectores del derecho del consumidor 1.1.4 Marco constitucional y legal
  - 1.1.5 Importancia social y económica
- 1.2 Marco jurídico internacional
  - 1.2.1 Tratados y convenios internacionales
  - 1.2.2 Normas de la ONU y OCDE
  - 1.2.3 Directivas y regulaciones de la UE
  - 1.2.4 Organismos internacionales de protección al consumidor
  - 1.2.5 Cooperación internacional
- 1.3 Legislación nacional y organismos reguladores 1.3.1 Leyes nacionales de protección al consumidor 1.3.2 Competencias y funciones de autoridades 1.3.3 Procedimientos administrativos y sanciones 1.3.4 Defensa del consumidor en el sistema judicial 1.3.5 Casos emblemáticos
- 1.4 Derechos básicos del consumidor
  - 1.4.1 Derecho a la información
  - 1.4.2 Derecho a la seguridad y calidad
  - 1.4.3 Derecho a la protección contra publicidad engañosa
  - 1.4.4 Derecho a la reparación, reposición o devolución
  - 1.4.5 Derecho a la educación y formación
- 1.5 Obligaciones de proveedores y empresas
  - 1.5.1 Normas de responsabilidad y diligencia
  - 1.5.2 Obligaciones contractuales y extracontractuales
  - 1.5.3 Publicidad y etiquetado responsable
  - 1.5.4 Garantías y servicios postventa
  - 1.5.5 Ética empresarial y responsabilidad social
- 1.6 Contratos de consumo
  - 1.6.1 Elementos y características
  - 1.6.2 Contratos de adhesión y cláusulas abusivas
  - 1.6.3 Contratos electrónicos y comercio digital
  - 1.6.4 Derechos y deberes contractuales
  - 1.6.5 Resolución de controversias contractuales
- 1.7 Publicidad y prácticas comerciales
  - 1.7.1 Normas sobre publicidad veraz
  - 1.7.2 Publicidad engañosa y desleal
  - 1.7.3 Regulación de promociones y ofertas
  - 1.7.4 Protección contra prácticas abusivas



- 1.7.5 Supervisión y sanciones
- 1.8 Responsabilidad por productos defectuosos
  - 1.8.1 Concepto y tipos de defectos
  - 1.8.2 Responsabilidad objetiva y subjetiva
  - 1.8.3 Procedimientos y pruebas
  - 1.8.4 Indemnización y compensación
  - 1.8.5 Casos jurisprudenciales
- 1.9 Solución de conflictos y mecanismos alternativos 1.9.1 Mediación y conciliación 1.9.2 Arbitraje en materia de consumo 1.9.3 Procedimientos administrativos 1.9.4 Jurisdicción ordinaria y especializada 1.9.5 Buenas prácticas y experiencias
- 1.10 Tendencias y desafíos actuales
  - 1.10.1 Protección del consumidor en la era digital
  - 1.10.2 Nuevas tecnologías y consumo responsable 1.10.3 Regulación de plataformas digitales
  - 1.10.4 Economía colaborativa y consumo sostenible 1.10.5 Perspectivas y evolución normativa

## MÓDULO 2: CONTRATOS Y COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

- 2.1 Contratos electrónicos y digitales
  - 2.1.1 Marco legal aplicable
  - 2.1.2 Formalización y validez
  - 2.1.3 Consentimiento y aceptación electrónica
  - 2.1.4 Derechos y obligaciones en contratos digitales
  - 2.1.5 Jurisprudencia relevante
- 2.2 Protección de datos en comercio electrónico
  - 2.2.1 Legislación de privacidad y datos personales
  - 2.2.2 Consentimiento y tratamiento de datos
  - 2.2.3 Medidas de seguridad y confidencialidad
  - 2.2.4 Derechos de los consumidores en el entorno digital
  - 2.2.5 Casos y mejores prácticas
- 2.3 Publicidad digital y marketing online
  - 2.3.1 Normas sobre publicidad en internet
  - 2.3.2 Publicidad dirigida y cookies
  - 2.3.3 Prácticas prohibidas y sanciones
  - 2.3.4 Influencers y responsabilidad legal
  - 2.3.5 Transparencia y ética digital



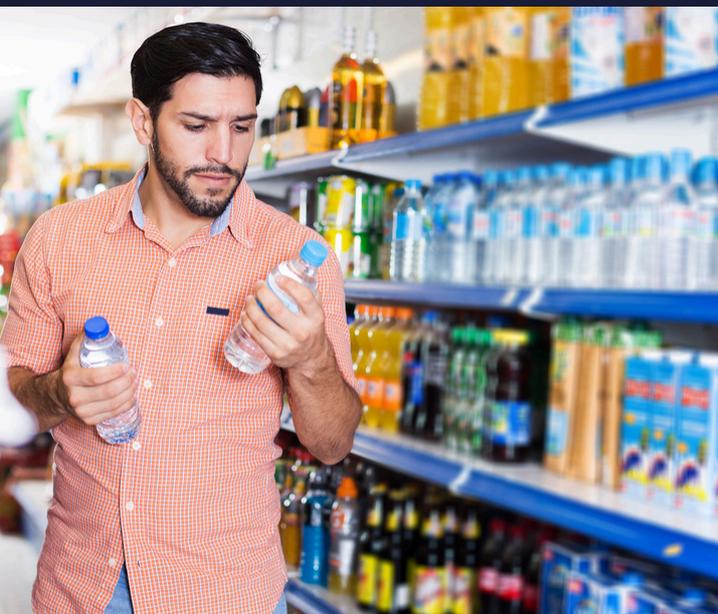
- 2.4 Plataformas digitales y economía colaborativa
  - 2.4.1 Definición y características
  - 2.4.2 Derechos y responsabilidades de usuarios
  - 2.4.3 Regulación de plataformas y marketplaces
  - 2.4.4 Conflictos y solución de controversias
  - 2.4.5 Tendencias y retos regulatorios
- 2.5 Venta a distancia y derecho de desistimiento
  - 2.5.1 Normativa aplicable
  - 2.5.2 Información previa y clara
  - 2.5.3 Plazos y condiciones para desistir
  - 2.5.4 Reintegro y devoluciones
  - 2.5.5 Casos prácticos
- 2.6 Garantías y servicios postventa en comercio electrónico
  - 2.6.1 Tipos de garantías
  - 2.6.2 Obligaciones de proveedores
  - 2.6.3 Procedimientos para reclamos
  - 2.6.4 Reparaciones y sustituciones
  - 2.6.5 Jurisprudencia
- 2.7 Seguridad en pagos electrónicos
  - 2.7.1 Métodos de pago y regulación
  - 2.7.2 Protección contra fraudes y robo de identidad
  - 2.7.3 Responsabilidades de las partes
  - 2.7.4 Normas y estándares de seguridad
  - 2.7.5 Casos relevantes
- 2.8 Responsabilidad por productos digitales
  - 2.8.1 Productos y servicios digitales
  - 2.8.2 Normativa aplicable
  - 2.8.3 Defectos y fallos técnicos
  - 2.8.4 Reclamaciones y compensaciones
  - 2.8.5 Ejemplos y análisis
- 2.9 Comercio electrónico transfronterizo
  - 2.9.1 Retos legales y jurisdiccionales
  - 2.9.2 Regulación internacional
  - 2.9.3 Protección del consumidor internacional
  - 2.9.4 Resolución de conflictos
  - 2.9.5 Casos prácticos
- 2.10 Innovación y tendencias en comercio electrónico



- 2.10.1 Nuevas tecnologías y su impacto
- 2.10.2 Inteligencia artificial y consumo
- 2.10.3 Regulación emergente
- 2.10.4 Economía digital sostenible
- 2.10.5 Futuro del comercio electrónico

### **MÓDULO 3: RESPONSABILIDAD Y GARANTÍAS EN EL DERECHO DEL CONSUMIDOR**

- 3.1 Responsabilidad por productos defectuosos
  - 3.1.1 Concepto y fundamentos legales
  - 3.1.2 Responsabilidad objetiva y subjetiva
  - 3.1.3 Casos y jurisprudencia
  - 3.1.4 Procedimientos para reclamar
  - 3.1.5 Indemnización y reparación
- 3.2 Garantías legales y comerciales
  - 3.2.1 Tipos de garantías
  - 3.2.2 Obligaciones del proveedor
  - 3.2.3 Duración y condiciones



**Nota: El contenido del programa académico puede estar sometido a ligeras modificaciones, en función de las actualizaciones o de las mejoras efectuadas.**

- 3.2.4 Procedimientos para hacer valer garantías
- 3.2.5 Casos prácticos
- 3.3 Publicidad engañosa y prácticas comerciales abusivas
  - 3.3.1 Definición y ejemplos
  - 3.3.2 Marco normativo
  - 3.3.3 Sanciones y procedimientos
  - 3.3.4 Defensa del consumidor
  - 3.3.5 Estudios de caso
- 3.4 Contratos abusivos y cláusulas nulas
  - 3.4.1 Identificación y regulación
  - 3.4.2 Protección legal
  - 3.4.3 Procedimientos judiciales y administrativos
  - 3.4.4 Jurisprudencia relevante
  - 3.4.5 Prevención y buenas prácticas
- 3.5 Procedimientos de reclamación y tutela judicial
  - 3.5.1 Mecanismos administrativos
  - 3.5.2 Recursos judiciales
  - 3.5.3 Medios alternativos de resolución de conflictos
  - 3.5.4 Procedimientos especiales
  - 3.5.5 Casos y experiencias
- 3.6 Protección del consumidor vulnerable
  - 3.6.1 Identificación y características
  - 3.6.2 Derechos especiales
  - 3.6.3 Políticas públicas y programas
  - 3.6.4 Buenas prácticas empresariales
  - 3.6.5 Casos de estudio
- 3.7 Responsabilidad civil y penal del proveedor
  - 3.7.1 Fundamentos legales
  - 3.7.2 Tipos de responsabilidad
  - 3.7.3 Procedimientos y sanciones
  - 3.7.4 Defensa y recursos
  - 3.7.5 Jurisprudencia
- 3.8 Ética y responsabilidad social empresarial
  - 3.8.1 Principios éticos
  - 3.8.2 Programas de responsabilidad social
  - 3.8.3 Transparencia y comunicación
  - 3.8.4 Impacto en la reputación
  - 3.8.5 Casos destacados
- 3.9 Solución extrajudicial de conflictos
  - 3.9.1 Mediación y conciliación
  - 3.9.2 Arbitraje en materia de consumo
  - 3.9.3 Ventajas y limitaciones
  - 3.9.4 Procedimientos y actores
  - 3.9.5 Ejemplos prácticos



- 3.10 Innovaciones en protección y garantía al consumidor
  - 3.10.1 Nuevas tecnologías aplicadas
  - 3.10.2 Plataformas digitales de reclamación
  - 3.10.3 Tendencias regulatorias
  - 3.10.4 Educación y concienciación
  - 3.10.5 Futuro y perspectivas

#### **MÓDULO 4: PUBLICIDAD, MARKETING Y COMERCIO EN EL DERECHO DEL CONSUMIDOR**

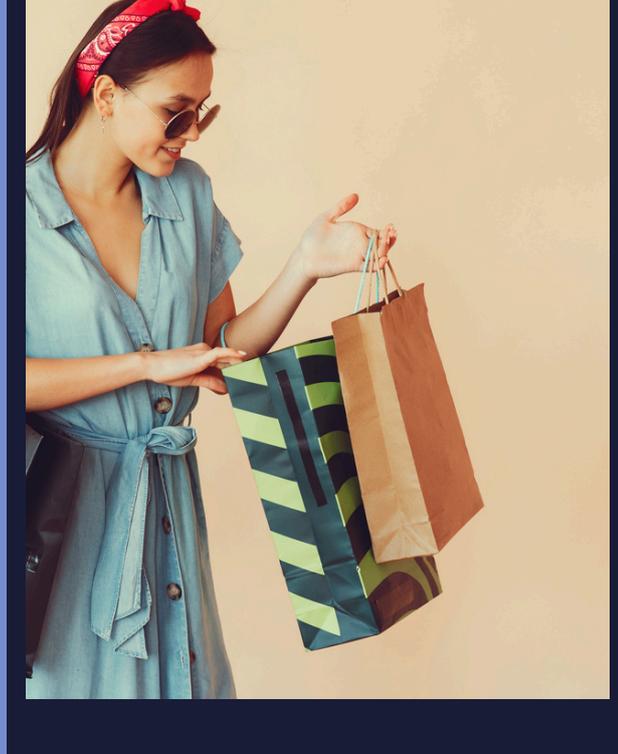
- 4.1 Normativa de publicidad y promoción comercial
  - 4.1.1 Principios y regulación
  - 4.1.2 Publicidad veraz y engañosa
  - 4.1.3 Promociones, sorteos y concursos
  - 4.1.4 Sanciones y procedimientos
  - 4.1.5 Casos y jurisprudencia
- 4.2 Marketing digital y protección al consumidor
  - 4.2.1 Estrategias de marketing digital
  - 4.2.2 Regulación y límites legales
  - 4.2.3 Influencers y responsabilidad legal
  - 4.2.4 Protección de datos en marketing
  - 4.2.5 Buenas prácticas
- 4.3 Comercio electrónico y plataformas digitales
  - 4.3.1 Regulación aplicable
  - 4.3.2 Derechos y obligaciones de consumidores y proveedores
  - 4.3.3 Seguridad y privacidad
  - 4.3.4 Resolución de conflictos
  - 4.3.5 Tendencias y retos
- 4.4 Protección del consumidor en la economía colaborativa
  - 4.4.1 Concepto y características
  - 4.4.2 Derechos y obligaciones en plataformas
  - 4.4.3 Regulación y supervisión
  - 4.4.4 Casos y controversias
  - 4.4.5 Futuro de la regulación
- 4.5 Responsabilidad en publicidad engañosa y abusiva
  - 4.5.1 Definición y ejemplos
  - 4.5.2 Marco normativo
  - 4.5.3 Procedimientos sancionadores
  - 4.5.4 Defensa del consumidor
  - 4.5.5 Casos prácticos



- 4.6 Políticas de precios y ofertas
  - 4.6.1 Transparencia y regulación
  - 4.6.2 Prácticas abusivas y prohibidas
  - 4.6.3 Información clara y suficiente
  - 4.6.4 Sanciones y controles
  - 4.6.5 Casos destacados
- 4.7 Responsabilidad en promociones y ventas a plazos
  - 4.7.1 Normativa aplicable
  - 4.7.2 Derechos y obligaciones
  - 4.7.3 Contratos y condiciones
  - 4.7.4 Reclamos y sanciones
  - 4.7.5 Jurisprudencia
- 4.8 Protección del consumidor en servicios financieros
  - 4.8.1 Normativa específica
  - 4.8.2 Transparencia y divulgación
  - 4.8.3 Reclamos y resolución de conflictos
  - 4.8.4 Buenas prácticas
  - 4.8.5 Casos prácticos
- 4.9 Nuevos modelos de comercio y consumo
  - 4.9.1 Economía digital y nuevos actores
  - 4.9.2 Consumo responsable y sostenible
  - 4.9.3 Regulación emergente
  - 4.9.4 Innovación y protección
  - 4.9.5 Perspectivas futuras
- 4.10 Ética y responsabilidad social en marketing y comercio
  - 4.10.1 Principios éticos
  - 4.10.2 Transparencia y honestidad
  - 4.10.3 Impacto social
  - 4.10.4 Buenas prácticas corporativas
  - 4.10.5 Casos destacados

## **MÓDULO 5: SOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y PROCEDIMIENTOS EN DERECHO DEL CONSUMIDOR**

- 5.1 Mecanismos administrativos de resolución
  - 5.1.1 Procedimientos administrativos
  - 5.1.2 Competencias de autoridades de consumo
  - 5.1.3 Reclamaciones y denuncias
  - 5.1.4 Sanciones y medidas administrativas
  - 5.1.5 Ejemplos y casos
- 5.2 Mecanismos judiciales y litigios
  - 5.2.1 Competencia y jurisdicción



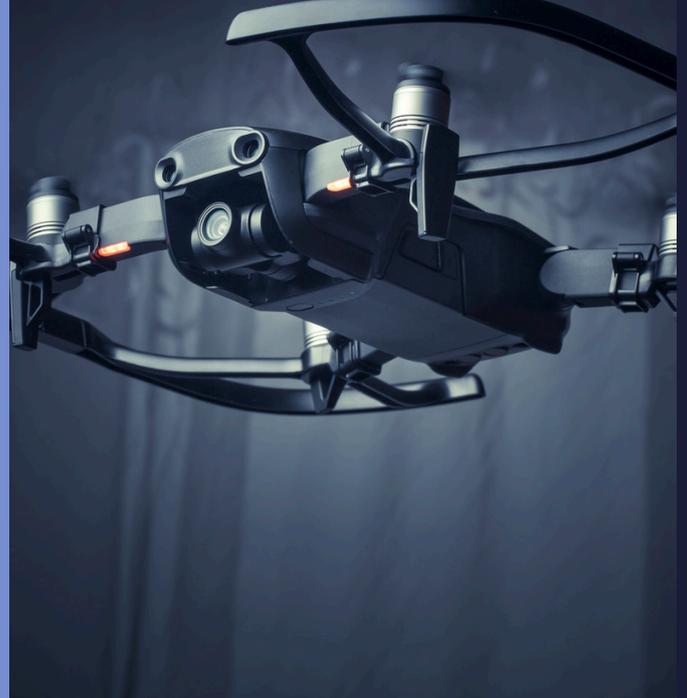
- 5.2.2 Procedimientos judiciales
- 5.2.3 Medios probatorios
- 5.2.4 Recursos y apelaciones
- 5.2.5 Casos emblemáticos
- 5.3 Alternativas extrajudiciales de solución
  - 5.3.1 Mediación y conciliación
  - 5.3.2 Arbitraje en materia de consumo
  - 5.3.3 Ventajas y limitaciones
  - 5.3.4 Procedimientos y regulaciones
  - 5.3.5 Experiencias y casos
- 5.4 Protección colectiva del consumidor
  - 5.4.1 Acciones colectivas
  - 5.4.2 Organismos y asociaciones
  - 5.4.3 Procedimientos y alcance
  - 5.4.4 Impacto social
  - 5.4.5 Casos relevantes
- 5.5 Cooperación internacional en protección al consumidor
  - 5.5.1 Organismos internacionales
  - 5.5.2 Acuerdos y tratados
  - 5.5.3 Coordinación y apoyo mutuo
  - 5.5.4 Intercambio de información
  - 5.5.5 Desafíos y oportunidades
- 5.6 Protección de derechos en consumo digital
  - 5.6.1 Reclamos en plataformas digitales
  - 5.6.2 Jurisdicción y competencia
  - 5.6.3 Normativa aplicable
  - 5.6.4 Casos prácticos
  - 5.6.5 Tendencias
- 5.7 Procedimientos de inspección y control
  - 5.7.1 Facultades de inspección
  - 5.7.2 Protocolos y estándares
  - 5.7.3 Multas y sanciones
  - 5.7.4 Recursos administrativos
  - 5.7.5 Ejemplos prácticos
- 5.8 Recursos y derechos del consumidor en conflictos
  - 5.8.1 Acceso a la justicia



- 5.8.2 Recursos legales disponibles
- 5.8.3 Asistencia legal y gratuita
- 5.8.4 Defensa y representación
- 5.8.5 Casos y experiencias
- 5.9 Procedimientos especiales en protección al consumidor
  - 5.9.1 Procedimientos simplificados
  - 5.9.2 Protección en sectores específicos
  - 5.9.3 Protección de consumidores vulnerables
  - 5.9.4 Medidas cautelares
  - 5.9.5 Casos prácticos
- 5.10 Innovación en solución de conflictos
  - 5.10.1 Tecnologías aplicadas
  - 5.10.2 Plataformas digitales de reclamación
  - 5.10.3 Inteligencia artificial y resolución
  - 5.10.4 Experiencias internacionales
  - 5.10.5 Futuro y perspectivas

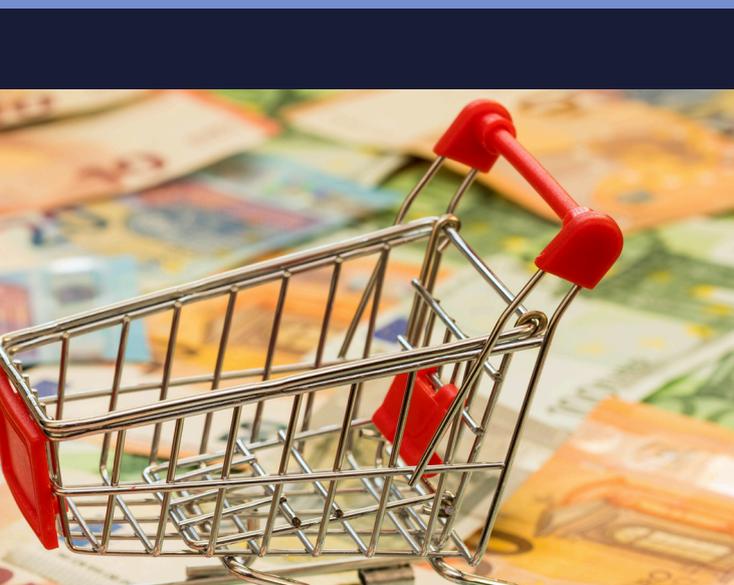
## **MÓDULO 6: TENDENCIAS, DESAFÍOS Y PERSPECTIVAS EN DERECHO DEL CONSUMIDOR**

- 6.1 Protección al consumidor en la era digital
  - 6.1.1 Desafíos tecnológicos
  - 6.1.2 Consumo en plataformas digitales
  - 6.1.3 Protección de datos y privacidad
  - 6.1.4 Regulación emergente
  - 6.1.5 Casos y experiencias
- 6.2 Economía colaborativa y consumo responsable
  - 6.2.1 Modelos de economía colaborativa
  - 6.2.2 Derechos y obligaciones de consumidores y proveedores
  - 6.2.3 Regulación y supervisión
  - 6.2.4 Impacto social y ambiental
  - 6.2.5 Perspectivas futuras
- 6.3 Protección al consumidor vulnerable y grupos especiales
  - 6.3.1 Identificación y características
  - 6.3.2 Políticas públicas y programas
  - 6.3.3 Buenas prácticas empresariales
  - 6.3.4 Acceso a la justicia
  - 6.3.5 Casos prácticos
- 6.4 Sostenibilidad y consumo ético
  - 6.4.1 Conceptos y principios
  - 6.4.2 Normativas y estándares
  - 6.4.3 Empresas socialmente responsables
  - 6.4.4 Educación y concienciación



- 6.9.4 Inteligencia artificial aplicada
- 6.9.5 Perspectivas futuras
- 6.10 Perspectivas futuras y evolución normativa
  - 6.10.1 Cambios legislativos previstos
  - 6.10.2 Impacto social y económico
  - 6.10.3 Nuevos actores y mercados
  - 6.10.4 Cooperación internacional
  - 6.10.5 Desafíos y oportunidades

## **MÓDULO 7: TRABAJO FINAL DIPLOMADO**





**ISEIE**  
ISEIE INNOVATION SCHOOL

# CONTÁCTANOS

---

 +34 960 25 47 46

 Av. Aragón 30, 5. 46021 Valencia.

 [www.iseie.com](http://www.iseie.com)