



**UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA
(ESPAÑA)**



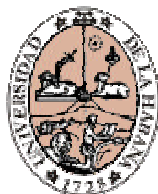
*** * ***

**CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
EN
CONSUMO Y TRABAJO SOCIAL**

*** * ***



Caja Castilla-La Mancha



**UNIVERSIDAD DE LA HABANA
(CUBA)**

OCTUBRE-NOVIEMBRE 2001

PROGRAMA

MÓDULO I. LA SOCIEDAD DE CONSUMO. PSICOLOGÍA DEL CONSUMO. TRABAJO SOCIAL Y CONSUMO.

LUNES 1, MARTES 2, Y MIÉRCOLES 3 DE OCTUBRE

J. MIGUEL MARINAS HERRERAS

PROFESOR TITULAR DE SOCIOLOGÍA. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

LA SOCIEDAD DE CONSUMO

Antecedentes e historia de la sociedad de consumo.

- Producción, mercado y consumo en el capitalismo de producción.
- Producción, mercado y consumo en el capitalismo de consumo.
- Estructuración de la sociedad de consumo en Europa.

Estructura del consumo como hecho social global.

- Formación de la pauta de consumo de masas.
- Producto-marca-metamarca-estilo.
- Segmentación de los consumidores y nuevas identidades sociales.

Investigar la sociedad de consumo.

- Métodos y ejemplos de investigación.
- Géneros, edades y nuevas clases sociales.
- Cuerpo, moda e identidad.

La construcción de la sociedad de consumo.

- La construcción del deseo. El deseo como principio de consumo.
- El consumidor: cambios y perfiles de los consumidores en España.
- El consumo como indicador de cambio social.

Técnicas cuantitativas aplicadas al consumo.

- Selección y aplicación de las técnicas cuantitativas a la investigación de mercados.
- Ejemplos de aplicación cuantitativa.

JUEVES 4 DE OCTUBRE

SILVIA SÁNCHEZ-HERRERO ARBIDE

PROFESORA TITULAR DE PSICOLOGÍA COMERCIAL Y DEL CONSUMO. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

PSICOLOGÍA DEL CONSUMO

- Comportamiento del consumidor: introducción y líneas generales. La psicología en el ámbito comercial y del consumo. Metodología de la investigación en la psicología comercial y del consumo.
- Bases psicológicas de las conductas de consumo: sistema cognitivo y sistema afectivo-motivacional.

- Tomas de decisión del consumidor: procesos de precompra, de compra y de post-compra.
- Diferencias individuales en el consumidor.
- Grupos de consumo y tomas de decisión grupales.

VIERNES 5 DE OCTUBRE

MESA REDONDA SOBRE MATERIAS DE LA SEMANA CON PROFESORADO CUBANO. MODERADORES: PROF. J. MIGUEL MARINAS HERRERAS Y SILVIA SÁNCHEZ-HERRERO ARBIDE

LUNES 8 Y MARTES 9 DE OCTUBRE

PROF. SILVIA SÁNCHEZ-HERRERO ARBIDE

PROFESORA TITULAR DE PSICOLOGÍA COMERCIAL Y DEL CONSUMO. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

- Procesos de difusión e innovación.
- Intervención psicológica sobre el consumidor: intervenciones desde el marketing (publicidad y técnicas de venta) e intervenciones desde el consumidor (educación y seguridad).
- La adicción al consumo.

PRÁCTICAS.

- **Etiquetado de productos de consumo.**

Objetivos: promover la lectura de las etiquetas al realizar una compra y aprender a interpretarlas correctamente; conocer y saber interpretar algunos de los símbolos que aparecen en las etiquetas; conocer algunas normativas de etiquetado; ser capaces de analizar las diferentes opciones de un mismo tipo de producto en función de las etiquetas; aprender a elegir en función del etiquetado.

Casos: análisis comparativos de etiquetas y estudio de pictogramas.

- **La publicidad.**

Objetivos: comprender y conocer en qué consiste la publicidad; analizar cuáles son algunas de sus estrategias; saber interpretar los anuncios: lectura crítica de la publicidad; saber utilizar la publicidad como fuente de información.

Casos: análisis de anuncios: imágenes de hombres y mujeres en publicidad; el componente persuasivo de la publicidad y algunas prácticas publicitarias conflictivas.

- **El merchandising.**

Objetivos: conocer qué es el merchandising y analizar sus principales elementos de intervención; aprender a comprar en un establecimiento de libre servicio.

Casos: estudio de los elementos de un supermercado: análisis de los planos ¿qué influencias?; análisis comparativo de plantas de establecimientos de libre servicio.

TRABAJO SOCIAL Y CONSUMO. EL CONSUMO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.

MIÉRCOLES 10 Y JUEVES 11 DE OCTUBRE

PROF. TOMÁS FERNÁNDEZ GARCÍA

PROFESOR TITULAR DE TRABAJO SOCIAL. UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA

El consumo como objeto del trabajo social.

- Introducción conceptual.
- Trabajo social: sujeto y objeto de intervención.

- El consumo: teoría general del consumo. El comportamiento del consumidor.
- Trabajo Social y consumo. Intervenciones del Trabajo Social en el ámbito del consumo.

Necesidades humanas y consumo.

- Necesidades humanas: clasificación de A. Maslow. De la necesidad particular a la necesidad social.
- El consumo y la satisfacción de necesidades.
- El consumo y la generación de deseos-necesidades.
- Respuesta a las necesidades en el marco de los servicios sociales.

Bienestar social y consumo.

- Bienestar social: evolución histórica. Configuración actual.
- Consumo: de las comunidades primitivas al sistema de libre mercado.
- El Estado de Bienestar Social y el consumo de masas.

Pobreza, marginación social y consumo.

- El consumo en el siglo XX como generador de desigualdades.
- Programa de actuación de Naciones Unidas en materia de consumo.

Metodología del Trabajo Social para la intervención en el ámbito del consumo.

- Introducción conceptual: modelos, metodología, técnicas, estrategias y habilidades del Trabajo Social aplicadas al Consumo.

Diseño de proyectos de intervención en el ámbito del consumo.

- Niveles operativos de la planificación. El proyecto: sus elementos.
- Diseño de proyectos sobre consumo.

Experiencias de intervención profesional en problemas asociados al consumo.

- Intervención ante problemas de alimentación, problemas de adicción al consumo, de autoimagen ...
- Experiencias llevadas a cabo en Castilla-La Mancha, con distintos colectivos desfavorecidos.

Programación y calidad en la prestación de servicios a los ciudadanos.

- Aspectos generales de la planificación.
- Organización y gestión de planes.
- Detección de necesidades.
- Elaboración y diseño de proyectos.
- Desarrollo y evaluación de proyectos.
- Técnicas y herramientas para la puesta en marcha de planes de calidad.
- Práctica: programa de adicción al consumo.
- Práctica: Plan de acción social en materia de consumo. Intervención de actuaciones en materia de calidad de prestación de los servicios.

El consumo de la comunicación social: la sociedad televisiva.

- La trascendencia del fenómeno televisivo en la sociedad actual y en todos los ámbitos de la vida cotidiana.

- La televisión como agente del consumo. La dimensión publicitaria del medio, la incitación al consumo y la información como mercancía.
- Claves para educar en el medio.
 - La necesidad de formación y de espíritu crítico para un consumo activo de la televisión.
- Propuestas metodológicas para el análisis de los programas.
 - Pautas para el análisis de la publicidad, el análisis crítico de series y filmes y el análisis crítico de informativos.
- Conocimiento del medio audiovisual.
 - Las empresas audiovisuales, cadenas generalistas, canales temáticos y plataformas digitales.

VIERNES 12 DE OCTUBRE

MESA REDONDA SOBRE MATERIAS DE LA SEMANA CON PROFESORADO CUBANO. MODERADOR: TOMÁS FERNÁNDEZ GARCÍA

HORAS..... 50 (5 CRÉDITOS)

MÓDULO II. EL CONSUMO DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL DERECHO PRIVADO.

LUNES 15, MARTES 16, MIÉRCOLES 17 Y JUEVES 18 DE OCTUBRE

PROF. CALIXTO DÍAZ-REGAÑÓN GARCÍA-ALCALÁ

PROFESOR TITULAR DE DERECHO CIVIL. UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA

APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE CONSUMIDOR.

Concepto amplio: consumidor ciudadano.

Concepto estricto: consumidor-cliente o consumidor final: su relación con el mercado.

- Notas características.
- La necesidad de protección. Mecanismos de defensa.

El enfoque constitucional de la protección del consumidor.

Los derechos de los consumidores: contenido y alcance. El consumidor en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios española

- El derecho a la protección contra los riesgos que puedan afectar a su salud y seguridad.
- El derecho a la protección de sus legítimos intereses económicos y sociales.
- Información correcta sobre los diferentes productos o servicios.
- Derecho a la educación.
- Audiencia en consulta, participación y asociación.

- Protección jurídica, administrativa y técnica en las situaciones de inferioridad o subordinación.

El modelo de protección de los consumidores en la Unión Europea: la normativa comunitaria.

La protección de los consumidores en el entorno de América Latina: Argentina, Brasil, ...

REPRESENTACIÓN, CONSULTA Y PARTICIPACIÓN. LAS RECLAMACIONES DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS Y LA SOLUCIÓN DE CONFLICTOS ENTRE ÉSTOS Y LOS SUMINISTRADORES DE BIENES Y SERVICIOS.

El derecho de representación, consulta y participación.

- Derecho de asociación.
 - Asociaciones, federaciones y cooperativas de consumidores.
 - Organización y funcionamiento.
 - Representación y defensa de sus asociados, legitimación y acciones.
 - Acciones en defensa de los intereses generales de los consumidores: acciones colectivas.
 - Tutela efectiva de sus intereses legítimos.
- Representación, participación y audiencia en consulta.
- El control de las condiciones técnico-sanitarias y de seguridad de los productos por las Asociaciones de Consumidores y Usuarios: valor de los análisis comparativos.
- El papel de las Asociaciones de Consumidores y Usuarios en la protección de los consumidores.

Las quejas de los consumidores y usuarios en materia de consumo.

- Regulación.
- Tramitación.
- Resolución.

Medios de solución de conflictos. En especial, el arbitraje de consumo.

- Concertación.
- Mediación y conciliación.
- El arbitraje de consumo. La experiencia española.
- Modelo de un sistema arbitral de consumo para Cuba

VIERNES 19, LUNES 22, MARTES 23 Y MIÉRCOLES 24 DE OCTUBRE
PROF. MANUEL JESÚS MARÍN LÓPEZ
PROFESOR DE DERECHO CIVIL. UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA

LOS DERECHOS A LA PROTECCIÓN DE LOS INTERESES ECONÓMICOS Y SOCIALES.

El control de la oferta, promoción y publicidad.

Canales de distribución de los productos y servicios. Modalidades de venta.

- Ventas fuera de establecimiento comercial.
- Venta por correo.
- Venta ambulante.
- Venta a domicilio.
- Ventas a distancia.

Los contratos celebrados con consumidores y usuarios: condiciones generales y cláusulas abusivas.

- Conceptos generales.
- Incorporación y no incorporación.
- La sanción de nulidad.
- El Registro de Condiciones Generales de la Contratación.
- Acciones colectivas de cesación, retractación y declarativa de condiciones generales. Diferencia con las acciones de clase o "class actions".

El dinero: productos financieros y servicios bancarios.

- El dinero. Tipología. Funciones. Tipos de interés. Tipos de cambio. El Banco de España. La moneda única europea: efectos del Euro para los consumidores.
- El consumidor y los servicios bancarios.
- Las reclamaciones de los usuarios de los servicios bancarios.

JUEVES 25, VIERNES 26, LUNES 29 Y MARTES 30 DE OCTUBRE

PROF. RICARDO DEL ESTAL SASTRE

PROFESOR DE DERECHO CIVIL. UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA

EL CONSUMIDOR ANTE LOS BIENES DURADEROS Y DETERMINADOS SERVICIOS.

La protección del consumidor a crédito y la adquisición de bienes y contratación de servicios a plazos.

El consumidor y la vivienda.

- El mercado de la vivienda. Características. La posición del consumidor y la necesidad de especial protección.
- Clases de viviendas en el mercado.
- La oferta, promoción y publicidad en compraventa y arrendamiento de viviendas. Derechos de los consumidores.
- La adquisición de la vivienda en régimen de propiedad.
- El arrendamiento de vivienda.
- Viviendas de protección pública.
- La financiación de la vivienda. Hipoteca.
- Propiedad horizontal, cooperativas de viviendas y construcción en comunidad.

El vestido.

- El sector textil.
- Las fibras y las telas.
- El etiquetado textil; composición.
- La conservación de los vestidos. El servicio de limpieza y conservación de textiles.
- Las tallas de productos textiles confeccionados.

Los electrodomésticos.

- Etiquetado y garantías.
- El consumo energético.
- Seguridad.
- El servicio de asistencia técnica.

Los juguetes.

- Etiquetado y garantías.
- Mercado CE.
- Seguridad.

El consumidor en los servicios de agua, electricidad, telecomunicaciones y gas.

- Derechos y obligaciones de los usuarios.
- Derechos y obligaciones de los suministradores.
- La contratación del suministro.
- Recibos y facturas.
- Tramitación y resolución de las reclamaciones.

Academias de enseñanza y homologación de títulos.

- Las academias privadas de enseñanza. Homologación de títulos académicos.

El consumidor y los servicios de transporte públicos.

- El servicio de transporte de viajeros por carretera.
- El taxi: condiciones de los vehículos y de la prestación del servicio.
- El servicio aéreo: características del servicio. Derechos y obligaciones. Tarifas. Suspensión y retraso de vuelos.
- El ferrocarril. Contrato, billetes, descuentos y recorridos. Derechos y obligaciones. Equipajes y servicio de mercancías.
- El alquiler de vehículos sin conductor.

Los servicios de ocio.

- Las agencias de viaje. Los viajes combinados.
- Los establecimientos hoteleros.
- Los espectáculos públicos.

HORAS.....60 (6 CRÉDITOS)

MÓDULO III. LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR DESDE EL DERECHO PÚBLICO.

MIÉRCOLES 31 DE OCTUBRE Y JUEVES 1, VIERNES 2 Y LUNES 5 DE NOVIEMBRE

CARLOS MACÍA DE CASTRO

DIRECTOR GENERAL DE CONSUMO. CONSEJERÍA DE SANIDAD. JUNTA DE COMUNIDADES DE CASTILLA-LA MANCHA

El derecho a la información y educación.

- Naturaleza y alcance de este derecho.

- La información de los productos: etiquetado.
- La información frente a las Administraciones Públicas.
 - Las oficinas de información al consumidor: funciones.
- La educación de los consumidores y usuarios:
 - Responsabilidad de las Administraciones para la garantía de este derecho: contenidos curriculares en los niveles de enseñanza.

La Inspección de Consumo.

- Concepto, regulación y ámbito de actuación.
- Iniciativa y desarrollo de la inspección. Especial referencia a los programas de inspección en control de productos, establecimientos y servicios.
- Posición jurídica de la inspección de consumo y deberes de los ciudadanos. Potestades de investigación y límites a su ejercicio.
- Constancia documental de la inspección. Las actas de inspección.
- La toma de muestras y práctica de análisis.
- Competencias de las Administraciones Autonómica y Local.
- Los laboratorios de consumo.

MARTES 6, MIÉRCOLES 7, JUEVES 8 Y VIERNES 9 DE NOVIEMBRE

PROF. LUIS ORTEGA ÁLVAREZ

CATEDRÁTICO DE DERECHO ADMINISTRATIVO. UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA

PROTECCIÓN DE LA SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CONSUMIDORES.

El principio de protección de la salud y seguridad: desarrollo normativo y técnicas de eficacia. La actividad administrativa de limitación en defensa de los consumidores y usuarios.

Requisitos y prohibiciones sobre los productos alimenticios.

- El control de industrias alimentarias.
- Requisitos de los productos alimenticios, etiquetado, presentación y publicidad.
- Controles preventivos y del mercado.
- Los reglamentos reguladores de los productos alimenticios:
 - Importación, producción, transformación, almacenamiento, transporte, distribución y uso.
 - Envasado y presentación.
 - Marcado y seguridad de los productos.
 - Oferta, promoción y publicidad.
- Los controles preventivos.
- Medidas administrativas no sancionadoras ante riesgos o situaciones lesivas para los derechos de los consumidores.
- Distribución de competencias.

Los productos industriales. Reglamentos reguladores.

- Importación, producción, transformación, almacenamiento, transporte, distribución y uso.
- Envasado y presentación.
- Marcado de seguridad de los productos industriales.

- Oferta, promoción y publicidad.
- Seguridad de los productos industriales.
- Los controles preventivos.
- Medidas administrativas no sancionadoras ante riesgos o situaciones lesivas para los derechos de los consumidores.
- Distribución de competencias.

La protección del consumidor en los servicios.

- Protección del consumidor en el sector servicios.
- Inspección del mercado en el sector servicios.

INFRACCIONES ADMINISTRATIVAS Y PENALES EN MATERIA DE CONSUMO.

- Conceptos fundamentales y principios generales.
- Infracciones penales y protección del consumidor.
- Infracciones y sanciones administrativas en materia de defensa de los consumidores y usuarios.
 - Infracciones sobre la salud.
 - Infracciones por fraude, alteración y adulteración.
 - Infracciones en materia de precios, transacciones comerciales y condiciones técnicas de venta.
 - Infracciones en materia de normalización, documentación y condiciones de venta y suministro.
 - Infracciones por incumplimiento de las condiciones de seguridad.
 - Infracciones por inclusión en contratos de cláusulas abusivas.
- La responsabilidad por las infracciones: sujetos activos y personas responsables.
- Concurrencia de responsabilidades: concurso de infracciones y de normas punitivas.
- El procedimiento administrativo sancionador.
 - Principios.
 - Competencia sancionadora de las distintas Administraciones.
 - Prescripción y otras formas de extinción de la responsabilidad por el transcurso del tiempo.
 - Elaboración de un modelo administrativo para Cuba.

HORAS.....40 (4 CRÉDITOS)

TOTAL HORAS.....150 (15 CRÉDITOS)

NOTA SOBRE ASISTENCIA A CLASE Y EVALUACIÓN:

La asistencia a las sesiones del Curso de Especialización es obligatoria; se exige la presencia en, al menos, un 80 % de las clases impartidas.

Se realizará una evaluación para los tres módulos al término de cada uno de ellos y una evaluación final comprensiva de toda la materia del Curso.

NOTAS

NOTAS