

PRESENTACIÓN OFERTA DE CURSOS

CURSO INDEPENDIENTE / DOCTORADO

Oferta de cursos ciclo lectivo año 2026

Anexo 39.4: Mercado digital

Prof. Dr. Sergio Sebastián Barocelli

Carga Horaria: 30 hs

Requisitos: Asistencia: 75 %

Evaluación: Presentación y aprobación de un trabajo final de investigación sobre alguno de los puntos del programa.

Asignaturas	Carga horaria	Docentes (*)	Día y hora Fecha de inicio	Modalidad Presencial / Virtual
MERCADO DIGITAL	30	Prof. Dr. Sergio Sebastián Barocelli	14 de abril del 2026 Finaliza: el 16 de junio de 2.026 Días: martes de 18.00 a 21.00hs.	VIRTUAL

FINALIDAD

El mercado, como fenómeno económico y social puede abordarse desde el Derecho desde diferentes dimensiones.

Este seminario tiene como objetivo profundizar en el conocimiento de las normas, principios e instituciones que regulan el mercado digital, con especial atención a los derechos y la protección de los consumidores. Se abordarán tanto aspectos teóricos como prácticos de las problemáticas que enfrentan los consumidores en entornos digitales, incluyendo su impacto en el mercado, las relaciones de consumo, y las responsabilidades de las plataformas.

El presente seminario de investigación busca abordar el estudio actualizado de dichas problemáticas.

OBJETIVOS

- a) Contribuir al conocimiento de las normas, principios e instituciones regulatorias del mercado digital.
- b) Analizar los aspectos teóricos y prácticos relativos a las problemáticas de los consumidores en el mercado digital, en sus aspectos sustantivos y adjetivos.

CONTENIDOS

Unidad 1. Impactos de internet en el mercado. Mercado digital: B2B, B2C, C2C. Relaciones de consumo en entornos digitales. Consumidores y proveedores digitales. Modelos de negocios. Economía colaborativa.

Unidad 2. Vulnerabilidades en el mercado digital. Hipervulnerabilidad en las relaciones de consumo en los entornos digitales. Infancias y relaciones de consumo en entornos digitales. Género y relaciones de consumo en entornos digitales. Personas mayores y personas con discapacidad y mercado digital. Experiencias nacionales e internacionales.

Unidad 3. Marco normativo nacional e internacional de los mercados digitales. Directrices de Naciones Unidas. Recomendaciones de la OCDE. Estándares del Mercosur. Botón de baja. Botón de arrepentimiento. Publicación de contratos. Publicación del link de ventanilla única federal. Publicación de medios de pago.

Unidad 4. Ofertas y publicidades digitales. Eventos masivos de comercio electrónico. Influenciadores. Responsabilidad. Autorregulación. Soft law. Jurisprudencia.

Unidad 5. Prácticas comerciales en línea. Patrones oscuros Patrones oscuros. Cláusulas abusivas en entornos digitales. Atención al cliente a distancia. Omnicanalidad. Inteligencia artificial en las relaciones de consumo. Responsabilidad de plataformas y aplicaciones. Daños a consumidores en entornos digitales. Casuística. Panorama jurisprudencial.

Unidad 6 Servicios financieros en entornos digitales. Cajeros automáticos. Banca hogareña. Aplicaciones. Fraudes por ingeniería social en servicios financieros electrónicos. FINTECH y protección de consumidores. Verticales. Regulación. Pagos electrónicos. Billeteras virtuales. Préstamos y créditos. Trading de inversiones.

Unidad 7. Criptoactivos y protección de consumidores. Tipos. Utilización. Riesgos y ventajas de utilización. Blockchain. Wallets. Exchanges. Smart Contracts. Regulaciones de la CNV. NFT y web 3.0.

Unidad 8. Protección de turistas en entornos digitales. Plataformas. Economía colaborativa. Prácticas abusivas: geoblocking y geoprising. Contrato de transporte concertado por medios digitales. El fenómeno UBER. La problemática de los juegos en red. E-Sports. Las apuestas “online”.

Unidad 9. Protección de datos personales y consumidores. Los riesgos derivados de la implementación de algoritmos de aprendizaje automatizado. El fenómeno del Chat GPT. Metaverso, relación jurídica de los participantes y los consumos realizados dentro y a sus desarrolladores. Protección de datos personales. Privacidad, protección y seguridad de datos personales, seguridad de la información y ciberseguridad, gobierno de datos y data compliance. Riesgos, daños y responsabilidades que se pueden derivar del procesamiento informatizado de datos y los riesgos existentes en ciberseguridad. Big Data. Datos personales de las y los consumidores. Prácticas abusivas. Informes crediticios. Datos de salud. Sustitución de identidad.

Unidad 10. Resolución de conflictos en línea. ODR. Experiencias nacionales y comparadas. Ventanilla Única Federal de Defensa del Consumidor. COPREC. SNAC.