

Guía Docente: El Marco Jurídico Digital

DATOS GENERALES	
Facultad	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
Titulación	Máster en Marketing Digital
Año verificación	2017
Especialidad/Mención	
Materia/Módulo	Principios Estratégicos del Marketing Digital
Carácter	Obligatorio
Modalidad	Virtual
Período de impartición	Primer Trimestre
Curso	Primero
Créditos ECTS	6
Lengua en la que se imparte	Castellano
Prerrequisitos	No precisa

DATOS DEL PROFESORADO			
Profesor Responsable	Juan Manuel Ruz Lobo	Correo electrónico	juanmanuel.ruz@ui1.es
Área		Facultad	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
Doctor acreditado	No		
Perfil Profesional 2.0	<p>D. Juan Manuel Ruz Lobo</p> <p>Abogado ICAS.</p> <p>Doctor en derecho, especialista en las áreas laboral y tecnológica.</p> <p>Vicepresidente en la asociación de abogados expertos en nuevas tecnologías de Andalucía.</p> <p>Linkedin</p>		

CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

<p>Contexto y sentido de la asignatura</p>	<p>La importancia de la asignatura de <i>Marco Jurídico Digital</i> es innegable no solo para conocer las herramientas sino para sacar el máximo provecho, a nivel comercial, es necesario conocer la normativa aplicable.</p> <p>A la hora de desempeñar la labor de <i>community manager</i>, es imprescindible contar con el conocimiento necesario sobre las Leyes que han de cumplirse cuando se tiene presencia en Redes Sociales.</p> <p>La legislación es muy amplia y se tocan leyes muy diversas desde protección de datos, propiedad intelectual, publicidad, delitos informáticos, etc..En caso de que surja un problema (suplantación de identidad, injurias, ciberacoso, etc), el alumno dispondrá de los conocimientos y mecanismos adecuados para hacer frente y solucionar el problema.</p> <p>El interés y actualidad de la materia es total por cuanto, a día de hoy, la abogacía TIC está en alza y son muchas las empresas que exigen que sus <i>community manager</i> tengan conocimientos sobre los aspectos legales del uso de Redes sociales como herramienta de marketing digital.</p>
---	--

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

<p>Conocimientos o contenidos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CON01: Conocer los principales temas del marketing digital y las funciones de planificación, análisis, diseño, gestión e implantación de herramientas en la relación contexto empresarial-cliente. • CON02: Poseer información suficiente para poder leer y asimilar los conocimientos que aporta la bibliografía sobre la empresa 2.0 y/o el perfil directivo de los profesionales del marketing, la comunicación y la publicidad en el ámbito digital. • CON03: Adquirir los conocimientos para dirigir una marca en el entorno digital, administrando sus plataformas, dinamizando los contenidos y acciones de comunicación, planificando la gestión reputacional en redes sociales, y mejorando su presencia en los buscadores. • CON04: Conocer y comprender los fundamentos específicos del ordenamiento jurídico, del marco regulatorio y de la ética profesional en el entorno online. Lograr valores y principios éticos de actuación. • CON05: Desarrollar los conocimientos para descubrir las necesidades y carencias de un sitio web, perfeccionando su posicionamiento SEO y SEM, diseñando plataformas eficientes de comercio electrónico, e implementando estrategias de fidelización online.
<p>Habilidades o destrezas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • HAB02: Capacitar a la persona para ser el responsable de la gestión reputacional de la compañía en redes sociales, así como de la relación con sus clientes en el entorno digital. • HAB03: Entender y aplicar el papel de la competencia y la búsqueda de la ventaja competitiva interactiva en la web 2.0, los medios sociales y el ecosistema de las aplicaciones móviles. • HAB04: Desarrollar la capacidad de elaborar planes de marketing según los objetivos y recursos marcados, a través de las herramientas y aplicaciones existentes en el ámbito digital. • HAB06: Habilitar para la dirección de empresas, la implantación de estrategias de marketing, el diseño de campañas de publicidad y la implementación de acciones de comunicación comercial en el entorno digital. • HAB07: Capacitar para realizar un análisis crítico y de la evaluación y síntesis de mensajes y herramientas nuevas y complejos en los ámbitos de la comunicación,

	<p>la publicidad y el marketing convencional (offline) y digital (online).</p> <ul style="list-style-type: none"> • HAB08: Desarrollar la capacidad, en contextos académicos y profesionales, de actualizar conocimientos de manera continua y seguir integrando el avance de las tendencias aplicadas al marketing digital en la actual sociedad de la información y ante su previsible evolución futura.
<p>Competencias (básicas y generales)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CG01: Desarrollar capacidades para la resolución de problemas en entornos que cambian rápidamente. • CG03: Desarrollar una correcta idoneidad de expresión oral y escrita por medio de una adecuada formación en su habilidad para sintetizar y argumentar respuestas. • CG04: Demostrar aptitud para la gestión de la información. Saber recabar, gestionar, analizar y elaborar información sobre los elementos necesarios para resolver problemas de marketing en el contexto digital. • CG06: Adquirir la capacidad de elaborar un razonamiento crítico sobre las respuestas y soluciones del marketing digital a las situaciones y los problemas planteados en la actualidad. • CG07: Desarrollar un aprendizaje autónomo, saber reflexionar, tanto en la etapa de formación como posteriormente en la ampliación de los conocimientos en el campo del marketing digital. • CG09: Sentir motivación por la calidad. • CB6: Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación. • CB7: Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. • CB9: Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. • CB10: Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

PROGRAMACION DE CONTENIDOS

<p>Breve descripción de la asignatura</p>	<p>La importancia de la asignatura de "Marco jurídico digital" es innegable por cuanto, además de conocer las herramientas para sacar el máximo provecho, a nivel comercial, es necesario conocer la normativa aplicable.</p> <p>A la hora de desempeñar la labor de community manager, es imprescindible contar con el conocimiento necesario sobre las Leyes que han de cumplirse cuando se tiene presencia en Redes Sociales.</p> <p>Las legislación es muy amplia y se tocan leyes muy diversas desde protección de datos, propiedad intelectual, publicidad, delitos informáticos, etc..</p> <p>En caso de que surja un problema (suplantación de identidad, injurias, ciberacoso, etc), el alumno dispondrá de los conocimientos y mecanismos adecuados para hacer frente y solucionar el problema.</p> <p>El interés y actualidad de la materia es total por cuanto, a día de hoy, la abogacía TIC está en alza y son muchas las empresas que exigen que sus community manager tengan conocimientos sobre los aspectos legales del uso de Redes sociales como herramienta de</p>
--	---

marketing digital.

Contenidos

Índice de los contenidos que se abordarán en cada unidad:

Unidad didáctica 1. Introducción y aspectos esenciales de las Redes Sociales

En la presente Unidad Didáctica nos adentramos en el estudio de las denominadas «Redes Sociales».

Una vez centrado el concepto, y en un punto más avanzado de la unidad, estudiaremos qué se ha de entender por redes sociales desde un punto de vista jurídico, así como una primera aproximación a la normativa aplicable en este sentido.

1.1. Los aspectos esenciales de las Redes Sociales

1.1.1. La Web 1.0

1.1.2. La Web 2.0

1.1.3. La Web 3.0

1.2. Qué son las Redes Sociales

1.3. Concepto Jurídico de Red Social

1.4. Aproximación a la normativa aplicable

1.4.1. Normativa en materia de protección de datos de carácter personal

1.4.2. Normativa en materia de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico

1.4.3. Normativa en materia de derechos de autor.

Unidad didáctica 2. Normativa en Protección de Datos (I)

En esta Unidad entramos de lleno en una de las normativas que son de aplicación a la realidad de las Redes Sociales: la normativa en materia de protección de datos - *Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales*, junto con el texto del Reglamento Europeo de Protección de Datos, que es de aplicación directa y de obligado cumplimiento en todos los países de la Unión Europea desde el 25 de mayo de 2018-.

Comenzaremos la Unidad asentando el concepto, haciendo una breve alusión a las definiciones más destacables y de mayor interés para nuestro estudio, analizaremos los llamados principios, o, dicho de otra manera, las obligaciones que ha de cumplir el responsable del fichero en cada tratamiento de datos que realice, y veremos aplicaciones prácticas.

2.1. El derecho a la privacidad

2.2. Ámbito de aplicación

2.3. Sujetos

2.4. Los principios de la protección de datos

2.4.1. Principio de licitud

2.2.4.2. Principio de lealtad y transparencia

2.4.3. Principio de limitación de la finalidad

2.4.4. Principio de minimización de datos

2.4.5. Principio de exactitud

2.4.6. Principio de limitación del plazo de conservación

2.4.7. Principio de integridad y confidencialidad

2.4.8. Principio de responsabilidad proactiva

2.5. Principios de protección de datos en la nueva Ley de Protección de Datos

2.6. Aplicación práctica en Redes Sociales

Unidad didáctica 3. Normativa en Protección de Datos (II)

En la presente unidad didáctica se presentan los denominados derechos de las personas que han sido contemplados en el Reglamento Europeo de Protección de Datos y en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales.

3.1. Derechos de los interesados

3.1.1. El derecho de acceso

3.1.2. El derecho de rectificación

3.1.3. El derecho de supresión

3.1.4. Los derechos de oposición

3.1.5. Las decisiones individuales automatizadas

3.1.6. El derecho de Portabilidad

3.1.7. Las limitaciones al tratamiento

3.2. Infracciones y sanciones

3.3. Aplicación práctica

Unidad didáctica 4. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio electrónico

En la presente unidad didáctica se estudia la normativa que rige las comunicaciones comerciales por medios electrónicos. También se presentan las infracciones y sanciones relativas al incumplimiento de lo establecido para las comunicaciones comerciales en la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.

4.1. Servicios de la sociedad de la información

4.2. Contratación electrónica

4.3. Concursos y sorteos en RRSS: Redacción de bases

Unidad didáctica 5. Normativa en cuestión de derechos de autor y publicidad.

En esta unidad estudiaremos detenidamente las implicaciones que, en materia de propiedad intelectual, han de tenerse en cuenta cuando una entidad hace uso de las redes sociales –respecto a los contenidos tanto de texto como de audio, vídeo e imágenes, así como el cumplimiento de las condiciones de la propia red social en materia de derechos de autor y el uso de recursos libres.

5.1. Propiedad intelectual vs. propiedad industrial

5.1.1. Situación de la normativa en materia de propiedad intelectual

5.1.2. Propiedad intelectual en redes sociales

5.2. La normativa sobre publicidad

5.2.1. Legislación Vigente

5.2.2 El Código de Conducta sobre el Uso de Influencers en la Publicidad.

5.3. Las buenas prácticas en redes sociales

5.4. Los bancos de imágenes libres

Unidad didáctica 6. Los delitos informáticos en Redes Sociales y aplicaciones prácticas.

En esta unidad didáctica se estudiará la figura del *community manager* (desde el punto de vista legal) haciendo hincapié en las obligaciones que le son inherentes, así como en las características y contenido del contrato que ha de firmar con la entidad a la que preste sus servicios.

Asimismo, se analizan los principales problemas que pueden surgir durante el uso de las redes sociales, entre los que cabe destacar los delitos informáticos y la figura de los *youtubers* y a las cuestiones que han de tenerse en cuenta, desde el punto de vista legal.

6.1. La figura del *community manager*

6.1.1. Aspectos que incluir en el contrato del *community manager*

6.2. La figura del *youtuber*

6.2.1. Las obligaciones del *youtuber*

6.3. Los delitos informáticos en las Redes Sociales.

6.3.1. Suplantación de identidad

6.3.2. Acoso incesante: *stalking*

6.3.3. Delitos contra el honor: de la calumnia y de la injuria

METODOLOGÍA

Métodos y actividades formativas del proceso de enseñanza-aprendizaje

A lo largo de la asignatura, se aplicarán las siguientes actividades formativas:

- **Actividades de descubrimiento inducido (estudio de caso).** Actividades en las que el alumno podrá llevar a cabo un aprendizaje contextualizado trabajando en el Aula Virtual y de manera colaborativa, una situación real que le permitirá realizar un primer acercamiento a los diferentes temas de estudio.
- **Actividades de interacción y colaboración (foros y debates de apoyo al caso o a la lección).** Actividades en las que se discutirá y argumentará acerca de diferentes temas relacionados con las asignaturas de cada materia y que servirán para guiar el proceso de descubrimiento inducido.
- **Tutorías.** Permiten la interacción directa entre docente y alumno para la resolución de dudas y el asesoramiento individualizado sobre distintos aspectos de la asignatura.
- **Actividades de evaluación (cuestionarios).** Permiten comprobar la asimilación de conceptos y contenidos en cada una de las unidades didácticas.
- **Actividades de trabajo autónomo individual (estudio de la lección).** Trabajo individual de los materiales utilizados en la asignatura.
- **Actividades de aplicación práctica (individuales; estudios de caso).** Trabajo individual para la resolución de problemas, elaboración de proyectos y actividades que permitan aplicar los aspectos conceptuales, procedimentales y actitudinales trabajados en la asignatura.
- **Prueba de Evaluación de Competencias (PEC):** en el caso de optar por la opción 2 de evaluación (PEC+ examen final), el estudiante tendrá que realizar la prueba de evaluación de competencias (PEC). Esta prueba se define como una actividad integradora a través de la cual el estudiante deberá demostrar la adquisición de competencias propuestas en la asignatura, vinculadas principalmente al «saber hacer». Para ello hará entrega de un conjunto de evidencias en respuesta a los retos propuestos en esta prueba. La entrega se realizará antes de finalizar la asignatura. La PEC consistirá en la resolución de un caso práctico y la contestación a una serie de preguntas sobre las distintas unidades.

EVALUACIÓN

Sistema evaluativo

El sistema de evaluación se basará en una selección de las pruebas de evaluación más adecuadas para el tipo de competencias que se trabajen. El sistema de calificaciones estará acorde con la legislación vigente (*Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y de validez en todo el territorio nacional*).

El sistema de evaluación de la Universidad Isabel I queda configurado de la siguiente manera:

Sistema de evaluación convocatoria ordinaria

Opción 1. Evaluación continua

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar el **seguimiento de la evaluación continua (EC)** y podrán obtener hasta un **60 %** de la calificación final a través de las actividades que se plantean en la evaluación continua.

Además, deberán realizar un **examen final presencial u online (EX)**, según la modalidad elegida por el estudiante, que supondrá el **40 %** restante. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del trabajo realizado durante la evaluación continua y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las competencias previstas en cada asignatura.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación continua.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de evaluación continua, siempre y cuando al aplicar los porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

Opción 2. Prueba de evaluación de competencias

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar una **prueba de evaluación de competencias (PEC)** y un **examen final presencial u online (EX)**, según la modalidad elegida por el estudiante.

La **PEC** se propone como una prueba que el docente plantea con el objetivo de evaluar en qué medida el estudiante adquiere las competencias definidas en su asignatura. Dicha prueba podrá ser de diversa tipología, ajustándose a las características de la asignatura y garantizando la evaluación de los resultados de aprendizaje definidos. Esta prueba supone el 50 % de la calificación final.

El **examen final**, supondrá el **50 %** de la calificación final. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del seguimiento de las actividades formativas desarrolladas en el aula virtual y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las competencias previstas en cada asignatura.

Al igual que con el sistema de evaluación anterior, para la aplicación de los porcentajes correspondientes el estudiante debe haber obtenido una puntuación mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta la opción de prueba de evaluación de competencias.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de la prueba de evaluación de competencias siempre y cuando al aplicar los porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

* Los estudiantes que realicen el máster por formación bonificada (FUNDAE) deberán acogerse a la opción 1 del sistema de evaluación, evaluación continua (EC)+ examen final (EX).

Características de los exámenes

Los exámenes constarán de 30 ítems compuestos por un enunciado y cuatro opciones de respuesta, de las cuales solo una será la correcta. Tendrán una duración de 90 minutos y la calificación resultará de otorgar 1 punto a cada respuesta correcta, descontar 0,33 puntos por cada respuesta incorrecta y no puntuar las no contestadas. Después, con el resultado total, se establece una relación de proporcionalidad en una escala de 10.

Sistema de evaluación convocatoria extraordinaria

Todos los estudiantes, independientemente de la opción seleccionada, que no superen las

pruebas evaluativas en la convocatoria ordinaria tendrán derecho a una convocatoria extraordinaria.

La convocatoria extraordinaria completa consistirá en la realización de una **prueba de evaluación de competencias** que supondrá el **50 %** de la calificación final y un **examen final presencial u online (EX)**, según la modalidad elegida por el estudiante, cuya calificación será el **50 %** de la calificación final.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación de la convocatoria extraordinaria.

Los estudiantes que hayan suspendido todas las pruebas evaluativas en convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final) o no se hayan presentado deberán realizar la convocatoria extraordinaria completa, como se recoge en el párrafo anterior.

En caso de que hayan alcanzado una puntuación mínima de un 4 en alguna de las pruebas evaluativas de la convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final), se considerará su calificación para la convocatoria extraordinaria, debiendo el estudiante presentarse a la prueba que no haya alcanzado dicha puntuación o que no haya realizado.

En el caso de que el alumno obtenga una puntuación que oscile entre el 4 y el 4,9 en las dos partes de que se compone la convocatoria ordinaria (EC o PEC y examen), solo se considerará para la convocatoria extraordinaria la nota obtenida en la evaluación continua o prueba de evaluación de competencias ordinaria (en función del sistema de evaluación elegido), debiendo el alumno realizar el examen extraordinario para poder superar la asignatura.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, se entenderá que el alumno ha superado la materia en convocatoria extraordinaria si, aplicando los porcentajes correspondientes, se alcanza una calificación mínima de un 5.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Bibliografía básica

Protección de datos en redes sociales. Paso a Paso. Guía sobre la privacidad de los datos personales en internet. Departamento de Documentación de Iberley. Editorial Colex 2023.

Los cambios producidos por la constante adaptación de las redes sociales a los intereses de la sociedad provocan un desconocimiento en sus usuarios que puede favorecer la comisión de infracciones en materia de protección de datos personales y propiciar las conductas delictivas ejecutadas en el ámbito digital. Por medio de la presente obra abordaremos, entre otras cuestiones, la relevancia del consentimiento, los derechos de los usuarios, y la protección civil del derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen, concluyendo con un estudio de los delitos más comunes cometidos a través de las redes sociales. En el contenido se incluyen diversas cuestiones prácticas, jurisprudencia relevante, casos prácticos basados en sentencias actuales, y formularios de interés que ayudarán al lector a tener un conocimiento general de la protección de datos en el entorno de las redes sociales.

Wisner Glusko, Diana Carolina y Ruz Lobo, Juan Manuel. Estudio Multidisciplinar del derecho tecnológico y Digital. Editorial Tecnos. 2024.

El «Estudio multidisciplinar del Derecho tecnológico y digital» es una obra que aborda la regulación jurídica de las nuevas tecnologías desde diversas perspectivas. Se presenta como un análisis exhaustivo y transversal de la materia, con la profundidad y calidad que aportan expertos de diferentes ámbitos de la experiencia profesional, investigadora y de gestión .

Bibliografía complementaria

José Luis Piñar y otros (2016). *"Reglamento general de protección de datos: hacia un nuevo modelo europeo de privacidad"*. 1ª Edición. Editorial Reus. Madrid. 2016.

Rallo Lombarte, A.: "Derecho y Redes Sociales" (2ªed), Civitas, 2013.

VV.AA, Web Social, Universitat Oberta de Catalunya, 2015.

Andreu Martínez, M.B "La protección de datos personales de los menores de edad". THOMSON ARANZADI. Pamplona. 2014. 220 pgs.

Álvarez Hernández, J. y Cazorro Barahona, V.: "Practicum Protección de Datos 2015", Aranzadi, Pamplona, 2015.

Davara Rodríguez, M.A. "Manual de Derecho Informático". 11ª Edición. THOMSON ciones en este ámbito sARANZADI. Pamplona. 2015

Rallo, A.: "El derecho al olvido en Internet", Centro de Estudios Constitucionales, 2014.

Barrera Ibáñez, S.: "Claves de la investigación en redes sociales", Círculo Rojo, 2016.

Serrano, A. y Martínez, E.: "La brecha digital: mitos y realidades", UABC, México, 2003.

Vèa, A.: "Cómo creamos Internet", Península, Barcelona, 2013.

Departamento de Redacción ARANZADI, "Código sobre protección de datos de carácter personal" ". THOMSON ARANZADI. Pamplona. 2014. 400 pgs.

Garrote Fernández-Díez, I.: "La responsabilidad de los intermediarios en Internet en materia de propiedad intelectual", Tecnos, 2015.

Rodríguez Fernández, O.: "Curso de Community Manager", Anaya Multimedia, 2016

Alonso Palma, A.: "Propiedad intelectual y derecho audiovisual", Centro Estudios Financieros, 2015.

Fayos Gardo, A.: "La propiedad intelectual en la era digital", Dykinson, 2016.

Davara Fernández de Marcos, L.: "Implicaciones socio-jurídicas de las Redes Sociales", Aranzadi, 2015.

Miguel Angel Florido: "Curso de Marketing Digital."Social Business. 2019.

López Calvo, José. "La adaptación al nuevo marco de protección de datos tras el RGPD y la LOPDGDD". Editorial Bosch, S.A. 2019.

La aplicación del Reglamento Europeo desde mayo de 2018 y la aprobación y entrada en vigor de la Ley Orgánica de Protección de Datos y garantía de derechos digitales en diciembre de 2018 culmina un ambicioso, novedoso y exigente marco jurídico que debe contemplarse a dos bandas y que debe ser desbrozado.

Este es el objeto de este libro coordinado por José López Calvo. Contar con prestigiosas aportaciones de casi cincuenta profesionales que realicen análisis inspirados en experiencias personales y en vivencias profesionales esenciales para la delimitación de su alcance y de todas las claves que necesita cada usuario, teniendo en cuenta que los intereses y aproximaciones son diferentes en función de que se trate de un empresario, un delegado de protección de datos, una administración, un centro de formación, un investigador o un experto en inteligencia artificial o big data. El libro analiza las claves de la tramitación de la LOPDGDD y los dilemas y decisiones de trascendencia adoptadas en la misma, los nuevos derechos digitales, examina la totalidad de los artículos del reglamento y ley desde una perspectiva práctica, incluye la perspectiva, análisis de los avances y visión del Reglamento desde Iberoamérica, realiza una aproximación desde las principales perspectivas sectoriales (judicatura, inteligencia artificial, internet, blockchain, internet de las cosas, pymes?) y recoge la experiencia práctica de expertos que han tenido que aplicar e implementar el reglamento in situ sobre el terreno.

Albert Agustinoy Guilayny y Jorge Monclús Ruiz. “Aspectos legales de las redes sociales (2.ª edición)”. Editorial Bosch. 2019

Otros recursos

¿Qué es el marketing digital?: <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>

Los derechos y deberes en protección de datos: <https://www.aepd.es/es/derechos-y-deberes/conoce-tus-derechos>

La publicidad engañosa: <https://economipedia.com/definiciones/publicidad-enganosa.html>

¿Conoces la legislación publicitaria de cada país?: <https://www.elpublicista.es/articulos/conoces-legislacion-publicitaria-cada-pais>

Los delitos informáticos.: https://www.youtube.com/watch?v=RnjOL_Gc4ME

Las claves legales que todo *Community Manager* debe conocer (y cumplir): <https://www.webpositer.com/blog/aspectos-legales-community-manager.html>

Obligaciones legales de un youtuber: <https://www.abogacia.es/publicaciones/blogs/blog-nuevas-tecnologias/guia-youtuber-obligaciones-legales/>

La Agencia Española e protección de Datos: <https://www.aepd.es/es>

COMENTARIOS ADICIONALES