

## Guía Docente: El Marco Jurídico Digital

DATOS GENERALES	
<b>Facultad</b>	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
<b>Titulación</b>	Máster en Marketing Digital
<b>Plan de estudios</b>	2016
<b>Materia</b>	Principios Estratégicos del Marketing Digital
<b>Carácter</b>	Obligatorio
<b>Período de impartición</b>	Primer Trimestre
<b>Curso</b>	Primero
<b>Nivel/Ciclo</b>	Máster
<b>Créditos ECTS</b>	6
<b>Lengua en la que se imparte</b>	Castellano
<b>Prerrequisitos</b>	No se precisa

DATOS DEL PROFESORADO			
<b>Profesor Responsable</b>	Juan Manuel Ruz Lobo	<b>Correo electrónico</b>	juanmanuel.ruz@ui1.es
<b>Área</b>		<b>Facultad</b>	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
<b>Perfil Profesional 2.0</b>	<a href="#">Linkedin</a>		

## CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Asignaturas de la materia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El Marco Jurídico Digital</li> <li>• El Plan de Marketing y la Comunicación Digital</li> <li>• Fundamentos del Marketing Digital</li> </ul>
<b>Contexto y sentido de la asignatura en la titulación y perfil profesional</b>	<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 <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>- 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>

## COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

<b>Competencias de la asignatura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CB07: 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.</li> <li>• CB09: 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.</li> <li>• 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 ante posibles escenarios futuros de innovación en el ámbito digital.</li> <li>• CG01: Desarrollar capacidades para la resolución de problemas en entornos que cambian rápidamente.</li> <li>• CG03: Desarrollar una correcta idoneidad de expresión oral y escrita por medio de una adecuada formación en su habilidad para sintetizar y argumentar respuestas.</li> <li>• CG09: Sentir motivación por la calidad.</li> <li>• CE08: 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.</li> </ul>
<b>Resultados de aprendizaje de la asignatura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exponer la evolución de la web 2.0 con temas que inciten a la constante participación del alumno.</li> <li>• Conocer e interpretar adecuadamente el marco jurídico y las implicaciones normativas, de privacidad, propiedad intelectual, protección de datos, contratación online, etc. del ámbito digital.</li> <li>• Estimular un clima social e interactivo en el aula.</li> <li>• Adaptar un entorno de constante aprendizaje sencillo, con ritmo y entretenido.</li> </ul>

## PROGRAMACION DE CONTENIDOS

<p><b>Breve descripción de la asignatura</b></p>	<p>Se trata de una asignatura que, sin duda, complementará el estudio de las asignaturas enfocadas al análisis, enseñanza y aplicación práctica de las técnicas de marketing online por cuanto en esta asignatura se analizará la normativa aplicable a las prácticas más habituales de marketing online, dando a conocer las normas principales desde una visión práctica y sencilla.</p> <p>En esta asignatura, el alumno conocerá qué cláusulas, contratos, leyendas, notas etc debe incluir si quiere llevar a cabo el perfil de un potencial comprador o si quiere enviar una newsletter con información comercial sobre un determinado producto o qué cuestiones debe contener el contrato del community manager, por poner sólo algunos ejemplos. Asimismo, se abordarán las implicaciones que el uso de las Redes Sociales tienen en materia de derechos de autor. Por último, se darán a conocer algunas pautas de actuación para hacer frente a problemas que se puedan derivar del uso de Redes Sociales, desde el punto de vista jurídico.</p>
<p><b>Contenidos</b></p>	<p><b>Índice de los contenidos que se abordarán en cada unidad:</b></p> <p><b>UNIDAD DIDÁCTICA 1: Introducción y aspectos esenciales de las Redes Sociales</b></p> <p>En la presente Unidad Didáctica nos adentramos en el estudio de las denominadas “Redes Sociales”.</p> <p>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.</p> <p><b>UNIDAD DIDÁCTICA 2: Protección de datos y RRSS (I)</b></p> <p>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 - <i>Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales</i>, 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-.</p> <p>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.</p> <p><b>UNIDAD DIDÁCTICA 3: Protección de datos y RRSS (II)</b></p> <p>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.</p> <p><b>UNIDAD DIDÁCTICA 4: Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio electrónico</b></p> <p>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.</p>

### **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.

### **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.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1: Introducción**

#### 1. Los aspectos esenciales de las Redes Sociales

##### 1.1. La Web 1.0

##### 1.2. La Web 2.0

##### 1.3. La Web 3.0

#### 2. Qué son las Redes Sociales

#### 3. Concepto Jurídico de Red Social

#### 4. Aproximación a la normativa aplicable

##### 4.1. Normativa en materia de protección de datos de carácter personal

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

##### 4.3. Normativa en materia de derechos de autor.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2: Normativa en Protección de Datos (I)**

#### 1. El derecho a la privacidad

#### 2. Ámbito de aplicación

#### 3. Sujetos

#### 4. Los principios de la protección de datos

##### 4.1. Principio de licitud

##### 4.2. Principio de lealtad y transparencia

##### 4.3. Principio de limitación de la finalidad

- 4.4. Principio de minimización de datos
- 4.5. Principio de exactitud
- 4.6. Principio de limitación del plazo de conservación
- 4.7. Principio de integridad y confidencialidad
- 4.8. Principio de responsabilidad proactiva
- 5. Principios de protección de datos en la nueva Ley de Protección de Datos
- 6. Aplicación práctica en Redes Sociales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3: Normativa en Protección de Datos (II)**

- 1. Derechos de los interesados
  - 1.1.. El derecho de acceso
  - 1.2. El derecho de rectificación
  - 1.3. El derecho de supresión
  - 1.4. Los derechos de oposición
  - 1.5. Las decisiones individuales automatizadas
  - 1.6. El derecho de Portabilidad
  - 1.7. Las limitaciones al tratamiento
- 2. Infracciones y sanciones
- 3. Aplicación práctica

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4: Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio electrónico (LCE)**

- 1.Servicios de la sociedad de la información
- 2.Contratación electrónica
- 3.Concursos y sorteos en RRSS: Redacción de bases

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5: Normativa en cuestión de derechos de autor y publicidad.**

- 1. Propiedad intelectual vs. propiedad industrial
  - 1.1. Situación de la normativa en materia de propiedad intelectual
    - 1.2. Propiedad intelectual en redes sociales
  - 2. La normativa sobre publicidad
- 2.1. Legislación Vigente
- 2.2 El Código de Conducta sobre el Uso de Influencers en la Publicidad.
- 3. La buenas prácticas en redes sociales

4. Los bancos de imágenes libres

**UNIDAD DIDÁCTICA 6: Los delitos informáticos en Redes Sociales y aplicaciones prácticas.**

1. La figura del *community manager*

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

2. La figura del *youtuber*

2.1. Las obligaciones del *youtuber*

2. Los delitos informáticos en las Redes Sociales.

2.1. Suplantación de identidad

2.2. Acoso incesante: *stalking*

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

## METODOLOGÍA

### Actividades formativas

Exposición esquematizada de cómo organizaría el estudiante el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura:

1. **Estudio de Caso real de aplicación práctica:** Se plantearán estudios de caso para poder aplicar los conocimientos teóricos aprendidos en la unidad didáctica de manera práctica. El profesor, al cumplirse el plazo máximo de envío, dará las pautas y esquema de resolución del mismo.
2. **Contenidos teóricos:** Partiendo del estudio de los contenidos, se realizarán actividades y foros de dudas para comprobar la asimilación de los mismos.
3. **Foros de Debate:** Con la participación en los foros y debido a las características de éstos, de participación e interacción de los alumnos, se van suscitando cuestiones cuya resolución y orientación práctica favorece a todos por igual.
4. **Trabajo Colaborativo:** Trabajo en equipo que, desde una óptica práctica, despierte inquietudes y pueda asociar conceptos y contenidos
5. **Trabajo Individuales.**
6. **Cuestionarios.** Se establecerán preguntas tipo test para evaluar el nivel de conocimiento del alumno y su evolución.

## EVALUACIÓN

### Sistema evaluativo

*En caso de que la situación sanitaria impida la realización presencial de los exámenes con todas las garantías, la Universidad Isabel I celebrará dichas pruebas en modalidad online. Para la realización de dichos exámenes, la universidad incorporará la herramienta de proctoring a nuestra plataforma tecnopedagógica, con el objetivo de garantizar los procesos de autenticación del alumno, como el control del entorno durante el desarrollo de las pruebas de evaluación. A su vez, la Universidad Isabel I pondrá a disposición del*

*alumnado una Unidad de Exámenes Online específica para ofrecer apoyo técnico durante todo el proceso y así solventar todas las incidencias que se puedan presentar.*

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 (EX)** 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 (EX)**.

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 presencial**, 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.

### **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** 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**

1. Albert Agustino y Guilayny y Jorge Monclús Ruiz. “**Aspectos legales de las redes sociales (2.ª edición)**”. Editorial Bosch. 2019. Las redes sociales se han convertido en una herramienta esencial de comunicación personal, profesional y comercial. Estos usos han dado lugar a un número creciente de conflictos legales que han requerido un esfuerzo interpretativo e incluso, en algunos casos, la revisión de la normativa aplicable en ciertos ámbitos. Esta obra analiza los desarrollos legales e interpretativos que este fenómeno ha propiciado con el fin de encontrar soluciones prácticas a problemas jurídicos derivados del uso masivo de las redes sociales. A tal efecto, se sistematizan y examinan los criterios interpretativos aplicados por la jurisprudencia española y europea en los ámbitos legales más relevantes respecto a estas nuevas plataformas de comunicación. Se incluyen también una serie de modelos y esquemas procesales para facilitar el ejercicio de los derechos más habituales en el ámbito de las redes sociales. Así, se estudia el enfoque que tanto la normativa aplicable como la jurisprudencia ha establecido en áreas tales como la normativa de servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico, la protección de datos de carácter personal, la propiedad industrial e intelectual, el derecho penal y los derechos de la personalidad, el derecho laboral y la publicidad. Esta segunda edición ha supuesto la revisión y adaptación de la obra, con especial foco en el nuevo marco normativo establecido por el Reglamento (UE) 2016/679, de 27 de abril, General de Protección de Datos (RGPD) y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGDD).
2. **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.

**Bibliografía  
complementaria**

1. **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.
2. **Rallo Lombarte, A.**: “**Derecho y Redes Sociales**” (2ªed), Civitas, 2013.
3. VV.AA, Web Social, Universitat Oberta de Catalunya, 2015.
4. Andreu Martínez, M.B “La protección de datos personales de los menores de edad”. THOMSON ARANZADI. Pamplona. 2014. 220 pgs.
5. Álvarez Hernández, J. y Cazorro Barahona, V.: “Practicum Protección de Datos 2015”, Aranzadi, Pamplona, 2015.

	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Davara Rodríguez, M.A. "Manual de Derecho Informático". 11ª Edición. THOMSON</li> <li>7. ciones en este ámbito sARANZADI. Pamplona. 2015</li> <li>8. Rallo, A.: "El derecho al olvido en Internet", Centro de Estudios Constitucionales, 2014.</li> <li>9. Barrera Ibáñez, S.: "Claves de la investigación en redes sociales", Círculo Rojo, 2016.</li> <li>10. Serrano, A. y Martínez, E.: "La brecha digital: mitos y realidades", UABC, México, 2003.</li> <li>11. Vèa, A.: "Cómo creamos Internet", Península, Barcelona, 2013.</li> <li>12. Departamento de Redacción ARANZADI, "Código sobre protección de datos de carácter personal" ". THOMSON ARANZADI. Pamplona. 2014. 400 pgs.</li> <li>13. Garrote Fernández-Díez, I.: "La responsabilidad de los intermediarios en Internet en materia de propiedad intelectual", Tecnos, 2015.</li> <li>14. Rodríguez Fernández, O.: "Curso de Community Manager", Anaya Multimedia, 2016</li> <li>15. Alonso Palma, A.: "Propiedad intelectual y derecho audiovisual", Centro Estudios Financieros, 2015.</li> <li>16. Fayos Gardo, A.: "La propiedad intelectual en la era digital", Dykinson, 2016.</li> <li>17. Davara Fernández de Marcos, L.: "Implicaciones socio-jurídicas de las Redes Sociales", Aranzadi, 2015.</li> <li>18. Miguel Angel Florido: "Curso de Marketing Digital." Social Business. 2019.</li> </ol>
<p><b>Otros recursos</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué es el marketig digital?: <a href="https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital">https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital</a></li> <li>2. Los derechos y deberes en protección de datos: <a href="https://www.aepd.es/es/derechos-y-deberes/conoce-tus-derechos">https://www.aepd.es/es/derechos-y-deberes/conoce-tus-derechos</a>.</li> <li>3. La publicidad engañosa: <a href="https://economipedia.com/definiciones/publicidad-enganosa.html">https://economipedia.com/definiciones/publicidad-enganosa.html</a></li> <li>4. ¿Conoces la legislación publicitaria de cada país?: <a href="https://www.elpublicista.es/articulos/conoces-legislacion-publicitaria-cada-pais">https://www.elpublicista.es/articulos/conoces-legislacion-publicitaria-cada-pais</a></li> <li>5. Los delitos informáticos.: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=RnjOL_Gc4ME">https://www.youtube.com/watch?v=RnjOL_Gc4ME</a></li> <li>6. Las claves legales que todo <i>Community Manager</i> debe conocer (y cumplir): <a href="https://www.webpositer.com/blog/aspectos-legales-community-manager.html">https://www.webpositer.com/blog/aspectos-legales-community-manager.html</a></li> <li>7. Obligaciones legales de un youtuber: <a href="https://www.abogacia.es/publicaciones/blogs/blog-nuevas-tecnologias/guia-youtuber-obligaciones-legales/">https://www.abogacia.es/publicaciones/blogs/blog-nuevas-tecnologias/guia-youtuber-obligaciones-legales/</a></li> <li>8. La Agencia Española e protección de Datos: <a href="https://www.aepd.es/es">https://www.aepd.es/es</a></li> </ol>