

Máster en Estrategias de Consumo y Negocios



ÍNDICE

1 | Somos Educa
Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por las
que elegir Educa
Business School

7 | Programa
Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Máster en Estrategias de Consumo y Negocios



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación de Máster en Estrategias de Consumo y Negocios con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

EDUCA BUSINESS SCHOOL
como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A
con número de documento XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso
con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.
Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.
Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER

ISO 9001:2015 ISO 27001:2017 IQNET LTD

Con Examen Consultivo, Categoría Especial del Consejo Examinador y Solicitud de la UNESCO (Item: Prendación 0000)

Descripción

El Máster en Estrategias de Consumo y Negocios se presenta como una oportunidad única para adentrarte en el fascinante mundo del consumo y los negocios. En un contexto donde la sociedad de consumo se reinventa constantemente, comprender las dinámicas del marketing empresarial, el comportamiento del consumidor y los mecanismos legales que los regulan es vital. Este máster te

proporciona las herramientas necesarias para destacar en un sector en auge, con una alta demanda laboral y en constante evolución. Aprenderás sobre el régimen jurídico de la publicidad, los derechos de los consumidores, y las nuevas formas de contratación. Además, te dotará de habilidades para gestionar reclamaciones y entender la responsabilidad penal en el ámbito del consumo. Al completar este programa, estarás preparado para enfrentarte a los desafíos del mercado actual con una perspectiva innovadora y estratégica.

Objetivos

'- Analizar el impacto de los medios de comunicación en el mercado de consumo. - Identificar las formas societarias y su influencia en el mercado. - Evaluar el comportamiento del consumidor y estrategias de marketing. - Comprender el régimen jurídico de la publicidad y su aplicación. - Explicar la protección jurídica de los consumidores y usuarios. - Diseñar estrategias de contratación efectiva con consumidores. - Aplicar mecanismos de resolución extrajudicial en conflictos de consumo.

Para qué te prepara

Este máster está dirigido a profesionales y titulados del sector del consumo y los negocios que buscan profundizar en aspectos avanzados como el régimen jurídico de la publicidad, el derecho de los consumidores y la responsabilidad penal en consumo. Ideal para quienes desean liderar con conocimiento sólido en un entorno de constante evolución normativa y comercial.

A quién va dirigido

El Máster en Estrategias de Consumo y Negocios te prepara para abordar desafíos complejos en el ámbito del consumo y los negocios. Adquirirás habilidades para analizar el comportamiento del consumidor y aplicar estrategias de marketing efectivas. Podrás gestionar contratos civiles y mercantiles, asegurar la protección de los consumidores y manejar reclamaciones. Asimismo, desarrollarás competencias para navegar en el ámbito jurídico y administrativo, garantizando un enfoque integral en la protección del consumidor.

Salidas laborales

'- Consultor en estrategias de consumo - Analista de mercado - Responsable de marketing y comportamiento del consumidor - Asesor legal en derechos de consumidores - Especialista en contratación civil y mercantil - Gestor de reclamaciones y mediación en consumo - Experto en protección del consumidor en transacciones inmobiliarias - Coordinador de proyectos de transparencia contractual

TEMARIO

MÓDULO 1. LA SOCIEDAD DE CONSUMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL MERCADO DE CONSUMO

1. Contextualización
2. Conceptualización de los Social Media
3. Características de los Social Media
4. Impacto de las redes sociales en el mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FORMAS SOCIETARIAS

1. Tipos de empresas según su forma jurídica
2. Empresario individual
3. Comunidad de Bienes
4. Sociedad Comanditaria
5. Sociedad colectiva
6. Sociedad Cooperativa
7. Sociedad Limitada
8. Sociedad Anónima
9. Sociedad Laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING EMPRESARIAL Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

1. El Marketing empresarial
2. Factores de influencia en el comportamiento del consumidor
3. Factores sociológicos de consumo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LA PUBLICIDAD

1. Consideraciones constitucionales
2. Fuentes del marketing digital
3. Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
4. La información y sus requisitos
5. Proteger la información y las comunicaciones
6. El régimen de responsabilidad
7. Marco legal y jurídico de la seguridad de la información
8. Bases de datos: cloud computing
9. Correo electrónico
10. Cookies
11. Objeto de la LSSI-CE ámbito de aplicación
12. Cumplimiento de la LSSI - CE
13. Infracciones y sanciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTRATACIÓN CIVIL Y MERCANTIL

1. Conceptualización de la contratación civil
2. Contratos civiles
3. El contrato mercantil

MÓDULO 2. DERECHO DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS (I)

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS: RÉGIMEN JURÍDICO

1. La protección de consumidores y usuarios
2. Los consumidores y usuarios en la constitución española
3. Directiva sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores
4. Ley sobre condiciones generales de la contratación
5. Texto refundido de la ley general de defensa de consumidores y usuarios. especial mención a otras regulaciones complementarias

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTOS PRINCIPALES Y DERECHOS BÁSICOS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

1. El concepto de consumidor
2. El empresario o profesional
3. Cláusula suelo y techo
4. Contrato de préstamo con garantía hipotecaria
5. Tarjeta de crédito (tarjeta revolving)
6. Cláusulas de intereses remuneratorios
7. Intereses moratorios
8. Impuestos y gastos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LA CONTRATACIÓN CON CONSUMIDORES Y USUARIOS

1. El derecho del consumidor contratante a la información precontractual
2. Cumplimiento de las premisas establecidas en el reglamento general de protección de datos (UE). Especial mención al deber de informar
3. Derechos de las personas respecto a sus datos personales
4. La fase precontractual en la contratación bancaria

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GARANTÍAS Y DERECHOS POST-CONTRACTUALES DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS. EL DERECHO DE DESISTIMIENTO

1. Garantías inherentes al consumidor
2. Análisis del derecho de desistimiento
3. Naturaleza jurídica del derecho de desistimiento
4. El derecho de desistimiento y otras figuras afines
5. Fundamento del derecho de desistimiento
6. El ejercicio del derecho de desistimiento
7. Efectos del derecho de desistimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TIPOS Y MODALIDADES CONTRACTUALES CELEBRADOS CON CONSUMIDORES Y USUARIOS

1. Introducción a los distintos tipos de contratos
2. Los contratos electrónicos
3. Contrato de crédito al consumo
4. Contrato de préstamo con garantía hipotecaria
5. El contrato de swap
6. Seguros de vida unitlinked
7. Participaciones preferentes
8. Crédito o tarjeta revolving
9. Depósitos estructurados

MÓDULO 3. DERECHO DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS (II)

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA RESPONSABILIDAD POR PRODUCTOS DEFECTUOSOS

1. El régimen general que regula el Código Civil
2. Productos defectuosos y servicios defectuosos
3. Delimitación objetiva: el concepto de producto y de servicio
4. Seguridad y responsabilidad: prevención y resarcimiento. Deber general de que los bienes y servicios sean seguros
5. Daños indemnizables o cubiertos por el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios
6. El sistema de responsabilidad en el TR-LGDCU

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES Y LOS MECANISMOS DE PAGO ELECTRÓNICO

1. Comercio electrónico: definición, tipos y actividades excluidas y con normativa especial
2. Marco general de la protección del consumidor en la contratación electrónica
3. Durante la compra. Oferta y aceptación
4. Medios de pago electrónico y protección del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS

1. Introducción a la Contratación Inmobiliaria con Consumidores
2. Documentación Complementaria: el artículo 64 TRLDGDCU y el Real Decreto 515/1989
3. Cláusulas abusivas en la contratación con consumidores y usuarios en el sector inmobiliario
4. Derechos del Consumidor en las Operaciones Inmobiliarias
5. Mecanismos de reclamación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RESPONSABILIDAD DE LOS AGENTES DE LA EDIFICACIÓN Y DE LOS API

1. Normativa aplicable y supuestos en que acontece
2. Determinación de la responsabilidad
3. Litisconsorcio pasivo
4. Las acciones de repetición, regreso y reembolso
5. La subrogación del agente pagador

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES. ESPECIAL MENCIÓN AL MENOR COMO CONSUMIDOR Y USUARIO

1. La Constitución española y la protección de los consumidores
2. Régimen jurídico de la defensa y protección del consumidor
3. Derechos básicos de los consumidores
4. El menor como consumidor de información y su protección en la diversa legislación
5. Contenido de los códigos de conducta para el marketing móvil dirigido a menores de edad

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RESPONSABILIDAD PENAL Y PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

1. La Protección de los Consumidores y Usuarios en el Orden Penal
2. Los Delitos contra los Consumidores
3. El Delito de Publicidad falsa
4. El Delito de Facturación Ilícita
5. El Delito de Estafa de Inversión de Capital y Estafa de Crédito

MÓDULO 4. LA ACTIVIDAD ADMINISTRATIVA EN LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. RÉGIMEN JURÍDICO DE LA ACTIVIDAD DE LA ADMINISTRACIÓN EN CONSUMO

1. Introducción
2. El Derecho Administrativo y los usuarios
3. Los servicios públicos y los usuarios
4. Régimen jurídico del vínculo existente entre usuario - administración
5. La coordinación y la cooperación de las políticas de consumo en las diferentes Administraciones Públicas
6. Los convenios de colaboración entre las asociaciones de consumidores y usuarios y las Administraciones Públicas
7. La protección del usuario
8. Obligaciones del usuario

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS RECLAMACIONES DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

1. Referencia legislativa
2. Las reclamaciones en consumo
3. Cómo realizar una reclamación en consumo. Pasos para reclamar
4. Reclamaciones en sectores específicos
5. Las reclamaciones de consumidores y usuarios en la Comunidad Autónoma de Andalucía

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL EJERCICIO DE LA POTESTAD SANCIONADORA

1. Evolución de la potestad sancionadora de la Administración
2. Concepto y clases de sanciones administrativas
3. Principios que informan el ejercicio de la potestad sancionadora
4. La prescripción y otras causas de extinción de la responsabilidad
5. Medidas sancionadoras: especial referencia a la multa
6. El procedimiento sancionador en materia de consumo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN RÉGIMEN DE CONCESIÓN

1. Antecedentes a la Concesión Administrativa
2. La Concesión Demanial y la Concesión de Servicio Público
3. La Concesión de Obra y Concesión de Servicio Público
4. La Concesión Industrial y Comercial
5. La Concesión de Obras y de Servicios en la nueva Ley de Contratos del Sector Público

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA EN MATERIA DE CONSUMO

1. La Administración electrónica
2. La evolución de la Administración Electrónica en España
3. Los consumidores y la Administración Electrónica
4. Instrumentos y servicios básicos de la Administración Electrónica
5. Servicios ofrecidos al consumidor a través de la Administración Electrónica

MÓDULO 5. LAS CONDICIONES GENERALES DE LA CONTRATACIÓN Y LAS CLÁUSULAS SUELO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONDICIONES GENERALES DE CONTRATACIÓN

1. Las Condiciones Generales De La Contratación
2. Ámbito de Aplicación de la Ley sobre Condiciones Generales de Contratación
3. Ámbito de exclusión de la LCGC
4. Requisitos de incorporación de las Condiciones Generales de Contratación
5. El Control de Transparencia
6. Registro de las Condiciones Generales de Contratación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL VALOR DE LA TRANSPARENCIA EN LA CONTRATACIÓN HIPOTECARIA

1. Antecedentes jurisprudenciales
2. La transparencia como principio válido de las condiciones generales en el coste del crédito en los préstamos de carácter hipotecario
3. Ámbito objetivo de la transparencia como deber
4. Magnitud del deber de transparencia: especial referencia al conocimiento del coste real del crédito
5. El vínculo existente entre la obligación de transparencia y las condiciones dispuestas en el ámbito legal sobre transparencia bancaria
6. Conexión entre la obligación de informar y la responsabilidad de informarse
7. La STS 464/2014, de 8 de septiembre de 2014: referencia al voto particular de D. Ignacio Sancho Gargallo
8. Obligación de transparencia en consonancia con la seguridad jurídica
9. El juicio indeterminado acerca de la falta de transparencia y la generalización de la nulidad de las cláusulas suelo
10. Los contratos de crédito llevados a cabo por consumidores en bienes inmuebles de uso residencial: especial referencia a la Directiva 17/2014 en conexión con su norma de transposición: la Ley 5/2019, de 15 de marzo
11. Los mecanismos contenidos en la Ley 5/2019, de 15 de marzo, de Contratos de Crédito Inmobiliario, para garantizar la transparencia material
12. El control de transparencia sobre información precontractual de cláusulas suelo enviada a través de e-mail
13. Conclusiones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CARÁCTER ABUSIVO DE LAS CLÁUSULAS SUELO POR EL DÉFICIT DE TRANSPARENCIA

1. Las "Cláusulas Suelo": concepto y función
2. La incardinación del déficit de transparencia sobre el objeto primordial en el juicio de abusividad
3. Las cláusulas que afectan al precio, ¿Pueden ser abusivas?
4. Lo opuesto a la buena fe: el juicio sobre la conducta del sujeto prestamista
5. La inestabilidad con carácter sustancial en contra del consumidor
6. La condición de consumidor de la persona prestataria
7. La nulidad parcial como resultado de la declaración del carácter abusivo de la cláusula suelo
8. Falta de transparencia y error vicio
9. Falta de transparencia en contratos de préstamo con prestatarios empresarios: Nociones Básicas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ASPECTOS SUSTANTIVOS DE LA ACCIÓN DE NULIDAD DE LAS CLÁUSULAS SUELO

1. Las Cláusulas Suelo y su carácter no negociado
2. Principales supuestos de cláusulas suelo no abusivas
3. Las cláusulas suelo en las subrogaciones hipotecarias
4. La restitución de las cantidades indebidamente cobradas
5. La renuncia al ejercicio de la acción de nulidad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ACCIÓN DE NULIDAD DE LAS CLÁUSULAS SUELO: ASPECTOS PROCESALES

1. Los poderes atribuidos al Juez respecto a las cláusulas abusivas
2. Facultad de integración y moderación
3. El proceso de declaración. El tratamiento de las cláusulas abusivas
4. Acumulación de acciones
5. Procedimiento a seguir en el ejercicio de las acciones ejercitables
6. Legitimación procesal
7. Jurisdicción y competencia
8. Requisitos y efectos de las Sentencias
9. Medidas Cautelares
10. La Ejecución Forzosa De Las Cláusulas Abusivas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LOS GASTOS DERIVADOS DEL PRÉSTAMO HIPOTECARIO

1. El pago de los gastos derivados de un préstamo hipotecario después de la STS 705/2015, de 23 de diciembre
2. ¿Quién debe pagar los gastos derivados del préstamo hipotecario? La STS no dice que los gastos los deba pagar la entidad financiera
3. Efectos y alcance de la nulidad de las cláusulas de gastos en préstamos hipotecarios con consumidores. Introducción
4. Gastos de documentación, inscripción y gestión de hipoteca y obligaciones tributarias. Planteamiento

MÓDULO 6. VÍAS DE RECLAMACIÓN PARA CONSUMIDORES Y USUARIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA RESOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL DE CONFLICTOS: EL SISTEMA ARBITRAL DE

CONSUMO

1. Marco legal
2. Peculiaridades del arbitraje de consumo
3. Ámbito de aplicación
4. Las Juntas arbitrales
5. El convenio arbitral
6. El procedimiento
7. El colegio arbitral: Los árbitros
8. El laudo arbitral

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA MEDIACIÓN EN CONSUMO

1. Los principios de eficacia, libertad, equidad, transparencia y legalidad normativa
2. La mediación en consumo. Aspectos reseñables
3. Gratuidad
4. La mediación extrajudicial y su compatibilidad con el Derecho a una tutela judicial efectiva

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ACCIÓN INDIVIDUAL Y COLECTIVA DE RECLAMACIÓN

1. Definiciones y aspectos más relevantes para el estudio de la materia
2. Marco legal de las acciones individuales y colectivas en materia de consumo
3. Legitimación activa
4. Eficacia ultra partes de las sentencias dictadas en los litigios en que se ejercitan las acciones colectivas
5. Efectos de la sentencia estimatoria dictada en un proceso en el que se ejercitó una acción colectiva de cesación (cláusula suelo) respecto de los procesos sobre acciones individuales
6. Efectos de la sentencias estimatoria y desestimatoria dictada en un proceso en el que se ejercitó una acción colectiva de cesación (cláusula suelo) respecto de los procesos sobre acciones individuales y sobre otras acciones colectivas respecto a la misma cláusula
7. Prescripción

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MEDIDAS CAUTELARES

1. La adopción de medidas cautelares en el ámbito del comercio electrónico
2. Las medidas cautelares en el ejercicio de acciones colectivas en defensa de los intereses de los consumidores
3. La adopción de medidas con carácter preventivo en caso de riesgo para la seguridad
4. Medidas con carácter provisional

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA INTERVENCIÓN DEL MINISTERIO FISCAL EN LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

1. Análisis de la legislación aplicable
2. La legitimación del Ministerio Fiscal en los procedimientos que afecten a Consumidores y Usuarios
3. La intervención en la defensa de los consumidores y usuarios hipotecarios sin recursos
4. La Coordinación de las Oficinas de Defensa de la Vivienda con el Ministerio Fiscal
5. La intervención sobrevenida del Ministerio Fiscal

