

Derecho de la moda



María José González

Descripción

Los participantes del curso “Derecho de la moda” conocerán de manera exhaustiva la realidad local e internacional respecto de los marcos jurídicos en los cuales se encuentra inmersa la disciplina; a través de exposiciones, ejercicios prácticos y estudios de caso, entre otros; los participantes lograrán adquirir las herramientas esenciales que profundicen, complementen e impulsen con nuevos aires sus proyectos ya sean en etapas avanzadas de desarrollo o iniciales.

Objetivos

Describir aspectos fundamentales del marco jurídico local e internacional en el cual se enmarca la disciplina.

Identificar y aplicar herramientas jurídicas para la protección del diseño y de una marca comercial.

Exponer las principales formas de constituir una sociedad y sus implicancias contractuales con otras empresas del rubro y con sus empleados.

Examinar los alcances jurídicos esenciales de la publicidad y su repercusión en la promoción de los productos o servicios referentes a la disciplina.

Describir las regulaciones existentes para las nuevas tecnologías en la industria de la moda y para las plataformas que comercializan productos y/o servicios.

Programa

1. Derecho de la Moda como disciplina

- a. Evolución del Derecho de la Moda en Chile y el Mundo
- b. Bases de esta disciplina
- c. Modeling Law, Slow & Fast Fashion, Protección de Fragancias, y otros.

2. Herramientas que tiene la marca de moda para protegerse

- a. Protección del diseño, que puedo hacer en caso de copia.
- b. Protección de la marca comercial, y qué comprende la marca.
- c. Caso Christian Lououtin vs. Yves Saint Laurent.

3. Organización de la Empresa

- a. Formas societarias.
- b. Contratos de Franquicia, Distribución Selectiva y otros.
- c. Contratación Internacional

4. Relaciones Laborales

- a. Regulación de las relaciones laborales entre la empresa y sus empleados.
- b. Regulaciones de las relaciones laborales entre empresa y quienes presten servicios en ella.
- c. Caso Rana Plaza.

5. Publicidad y Moda

6. Nuevas Tecnologías y el E-Commerce

- a. Nuevas Tecnologías en la Industria de la Moda y su regulación.
- b. E-Commerce
 - I. Que derechos tiene el consumidor.
 - II. Deberes de la empresa en relación a la protección de datos.
 - III. Situaciones en las que se puede ver envuelta la marca que comercializa sus productos en plataformas de e-commerce de terceros.
 - IV. Contratos entre la marca y la plataforma de e-commerce que distribuye sus productos.

Fechas y Horarios

8, 15, 18, 22, 29 de Enero

19:00 a 21:00 hrs.