EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Máster en Social Media Legal + Titulación Universitaria

Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos **Euroinnova**

2 | **Rankings**

3 | **Alianzas** y acreditaciones

4 | By **EDUCA EDTECH Group**

5 | **Metodología LXP**

6 | **Razones** por las que elegir Euroinnova

7 | Financiación y **Becas**

8 | Métodos de **pago**

9 | **Programa** Formativo

10 | **Temario**

11 | Contacto

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

SOMOS EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiandes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminetemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de **19** 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

Ver en la web

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Desde donde quieras y como quieras,

Elige Euroinnova

QS, sello de excelencia académica

Euroinnova: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia.**

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.

QS WORLD UNIVERSITY RANKINGS

Ranking Educativo Innovatec

EUROPEAN EXCELLENCE EDUCATION

EL MUNDO

LOS MEJORES MASTERS EN CIBERSEGURIDAD ★ CyberEOP ★

MASTER

Ver en la web

ALIANZAS Y ACREDITACIONES

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

BY EDUCA EDTECH

Euroinnova 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

EDUCA EDTECH Group

ONLINE EDUCATION

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

inesem business school

INEAF BUSINESS SCHOOL

red educa.net

inesalud

EDU SPORT

oposiciones docentes

educaopen

enalde Alta Dirección Empresarial

EDUCA business school

ESIBE ESCUELA IBEROAMERICANA DE POSTGRADO

INNOVA SCHOOL OF MANAGEMENT

ceupe European Business School

Structuralia Engineering eLearning

UDAVINCI

Ver en la web

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.

Programas

PROPIOS UNIVERSITARIOS OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales.** Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología

100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.

APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva

EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.

NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración Nº99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.

5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.

6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial.**

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca **ALUMNI**

20% Beca **DESEMPLEO**

15% Beca **EMPRENDE**

15% Beca **RECOMIENDA**

15% Beca **GRUPO**

20% Beca **FAMILIA NUMEROSA**

20% Beca **DIVERSIDAD FUNCIONAL**

20% Beca **PARA PROFESIONALES, SANITARIOS, COLEGIADOS/AS**

Solicitar información

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:

educapay

Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.

mastercard maestro VISA PayPal

bizum amazon pay Pay G Pay

Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:

OXXO mercado pago DISCOVER efecty Diners Club INTERNATIONAL CMR Falabella

y muchos mas...

CONFIANZA ONLINE

Protección al Comprador

Ver en la web

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Máster en Social Media Legal + Titulación Universitaria

DURACIÓN
1500 horas

MODALIDAD
ONLINE

ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO

CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Titulación Múltiple: - Titulación de Master en Social Media Legal con 1500 horas expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y reconocido con la excelencia académica en educación online por QS World University Rankings - Titulación Universitaria en Derecho Tecnológico con 5 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

Ver en la web

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con Número de Documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de EUROINNOVA en la convocatoria de XXX

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX

Con un nivel de aprovechamiento ALTO

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en

Granada, a (día) de (mes) del (año)

La Dirección General

NOMBRE DEL DIRECTOR ACADÉMICO

Sello

Firma del Alumno/a

NOMBRE DEL ALUMNO

Descripción

En la era digital, la figura del experto en Social Media Legal se hace crucial. Este Master en Social Media Legal es la respuesta formativa a la creciente interacción comercial y de marketing en el mundo online, la cual se encuentra regulada bajo un marco jurídico en constante evolución. Dotamos al estudiante de conocimientos sobre comercio electrónico y marketing digital, con un enfoque legal aplicado a las nuevas tecnologías y redes sociales, desde buscadores hasta marketplaces jurídicos. El programa integra desarrollo de proyectos LegalTech y pautas para la adecuada implantación de la LOPD, abarcando el derecho tecnológico. Asimismo, fomenta una visión estratégica para afrontar desafíos legales que surgen en entornos digitales y de social media, proporcionando fundamentos sólidos para el análisis y aplicación de soluciones jurídico-digitales. Este curso forma a profesionales capaces de liderar, con responsabilidad y ética, la gestión legal en el ámbito de las redes sociales; un imperativo en el actual contexto de comercio y comunicación en línea. Con nuestra oferta educativa, el participante se posicionará a la vanguardia de una especialización cada vez más demandada en el mercado laboral.

Objetivos

Los objetivos que se pretenden alcanzar con este master social media son los siguientes: Determinar el marco normativo general del ciberespacio. Conocer las medidas de protección de los derechos de Empresas y personas. Ofrecer los conocimientos que permitan conseguir un entorno de seguridad en la red. Analizar las características y diferencias de un marketplace respecto a modelos anteriores de plataformas de venta. Conocer las ventajas de la integración de este modelo de negocio en el entorno legal. Evaluar algunos modelos de referencia internacional de plataformas de negocio basadas en el modelo de marketplace. Detectar las necesidades relacionadas con desarrollo de proyectos Legaltech. Analizar la protección jurídica del software y de las bases de datos con fruto del desarrollo de

proyectos Legaltech. Dotar de las herramientas que permita conocer y gestionar las plataformas de computación en la nube. Establecer el marco español de protección de datos personales y su desarrollo reglamentario. Capacitar de forma teórica y práctica en las competencias profesionales necesarias para el cumplimiento de las previsiones de la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal y su normativa de desarrollo. Ofrecer los conocimientos que permitan ejercitar y cumplir con los derechos que las personas tienen en relación con sus datos personales. Describir las distintas medidas de seguridad aplicables a los ficheros en función del nivel de protección requerido. Describir las distintas personas que intervienen en el tratamiento de los datos de carácter personal, las obligaciones que les afectan en relación a los mismos y las consecuencias en caso de incumplimiento. Integrar y potenciar Internet en la estrategia comercial de la empresa Conocimiento de los principales aspectos legales referentes al comercio electrónico Asimilación de las ventajas de Internet como canal de venta Conocimiento acerca de cómo mantener la seguridad en las compras a través de Internet Desarrollo de las habilidades que permitan llevar a cabo el marketing interactivo Desarrollo de técnicas de confianza para los clientes a la hora de realizar pagos por Internet Conocimiento de las principales leyes que regulan el marketing interactivo

A quién va dirigido

El "Master en Social Media Legal" está especialmente diseñado para abogados, asesores jurídicos y profesionales del derecho que deseen dominar las claves del comercio electrónico, marketing online y legaltech. Ideal para quienes aspiren a liderar proyectos en marketplaces jurídicos, desarrollar iniciativas LegalTech o implementar normativas como la LOPD. Un curso esencial para la intersección entre derecho tecnológico y las redes sociales.

Para qué te prepara

El Master en Social Media Legal te capacita para dominar el comercio electrónico, aplicando técnicas de marketing digital efectivas. Aprehenderás cómo potenciar marcas usando buscadores y redes, con una base sólida en el servicio y tecnología legales. Estarás listo para innovar en marketplaces jurídicos, desarrollar proyectos LegalTech y asegurar la implantación de normativas de protección de datos. Este curso es tu escalón a liderar en la interfaz del derecho y la tecnología digital.

Salidas laborales

El Máster en Social Media Legal abre puertas a carreras en e-commerce, asesoramiento en marketing digital y legaltech. Profesionistas podrían convertirse en expertos en LOPD, consultores de derecho tecnológico o gestores de marketplaces jurídicos, capaces de liderar proyectos innovadores en el cruce entre legalidad y redes sociales.

TEMARIO

PARTE 1. COMERCIO ELECTRÓNICO

MÓDULO 1. COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL COMERCIO ELECTRÓNICO: APROXIMACIÓN

1. El Comercio Electrónico como instrumento para crear valor
2. Marketing electrónico y Comercio Electrónico. Diferencias entre los términos
3. El Comercio Electrónico: Origen y antecedentes
4. Internet y sus ventajas en la estrategia de Marketing
5. El Comercio Electrónico en datos: Informes
6. Ejercicios complementarios: Aproximación al Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN PARA GENERAR INGRESOS: MODELOS DE NEGOCIO ONLINE

1. Modelos de Negocio Online: Contextualización
2. Modelos de negocio online según los participantes en las transacciones comerciales electrónicas: B2B, B2C, C2C y otras
3. Tipos de Negocio Online según Hoffman, Novak y Chatterjee: Tiendas electrónicas, presencia en internet, sitios web de contenido, email, agentes de búsqueda y control del tráfico
4. Modelos de negocio basados en internet según Michael Rappa: BroKers, Publicidad, Infomediarios, mayoristas y detallistas, canal directo del fabricante, afiliación, Comunidad, suscripción y bajo demanda
5. Basados en las redes inter-organizacionales: Informativo, Transaccional y Operacional
6. Otros modelos de negocio: subastas online, plataformas de colaboración, Comunidades virtuales y mercado de productos usados
7. Ejercicios complementarios: Planificación para generar ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESO DE COMPRA EN COMERCIO ELECTRÓNICO: FASES, CADENA DE VALOR Y BENEFICIOS

1. Fases del proceso de compra: información, argumentación, producto y dinero, e Información y soporte al consumidor
2. Carro de la compra: medidas para favorecer el proceso de compra
3. Cadena de valor en comercio electrónico: Mejoras
4. Beneficios de Internet y del Comercio Electrónico desde el punto de vista del consumidor y de la empresa
5. Ejercicios complementarios: Proceso de Compra en Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL INTERCAMBIO DE PRODUCTOS ONLINE

1. La inmediatez en el intercambio de productos: Intercambio de productos y/o servicios a través de Internet
2. Factores que influyen en la experiencia web para que se produzca el intercambio de productos y/o servicios: usabilidad, interactividad, confianza, estética web y marketing mix

3. Criterios empresariales para la fijación de precios en internet
4. Atención al cliente antes y después de la venta en el intercambio de productos vía internet
5. Ejercicios complementarios: Intercambio de productos online

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTERNET COMO CANAL DE COMUNICACIÓN EN COMERCIO ELECTRÓNICO: PROMOCIÓN WEB

1. Comunicación transversal entre empresa y consumidor: Internet como canal de comunicación
2. Herramientas en Comunicación: Publicidad, Promoción, Marketing directo, Relaciones públicas y Fuerza de Ventas
3. Venta en internet: conseguir la venta y fidelización
4. Proceso de planificación publicitaria: La campaña publicitaria
5. Campañas online: SEM, SEO, promoción de ventas online, marketing directo online y redes sociales
6. Ejercicios complementarios: Internet como canal de comunicación en Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción: ¿Captar al cliente o fidelizar al cliente?
2. Proceso de fidelización: claves
3. Fidelización en comercio electrónico: ventajas
4. Mantenimiento de cartera de clientes
5. Acciones a tener en cuenta para llevar a cabo la fidelización: fórmula IDIP
6. Estrategias en fidelización: Cross Selling, Up Selling y Diversificación a otros sectores
7. Nivel de fidelización de los clientes
8. Ejercicios complementarios: Fidelización de clientes en el Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MEDIOS DE PAGO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Medios de pago en las transacciones electrónicas
2. Clasificación de los medios de pago: tradicionales y puramente online
3. El medio de pago por excelencia: Las tarjetas bancarias
4. Pago contra-reembolso: Ventajas e inconvenientes
5. Transferencia bancaria directa
6. Medios de Pago puramente online: paypal, pago por teléfono móvil, tarjetas virtuales, monedas virtuales y mobipay
7. Seguridad en los pagos online: Secure Sockets Layer, Secure Electronic Transaction, 3D - Secure, Certificados digitales - Firma electrónica
8. Fraude para los consumidores online
9. Ejercicios complementarios: Medios de pago en el Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 8. NORMATIVA REGULADORA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Principales normas de ordenación del Comercio Electrónico
2. Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los Derechos Digitales
3. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI): Ley 34/2002, de 11 de julio
4. Protección de Datos en Marketing

5. Ejercicios complementarios: Normativa reguladora del Comercio Electrónico

MÓDULO 2. TÉCNICAS DE MARKETING ON LINE, BUSCADORES, SOCIAL MEDIA Y MÓVIL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. HERRAMIENTAS DEL MARKETING ON LINE

1. Cómo hacer una campaña publicitaria OnLine
2. Otras modalidades de promoción Online
3. Los leads
4. Selección de palabras clave
5. Campañas de video marketing
6. E-mail marketing
7. La longitud del asunto, en gestores de correo y campañas de email marketing
8. Conseguir contactos y bases de datos para campañas de email marketing
9. Personalización de la oferta y permission marketing
10. Permission marketing
11. Marketing viral
12. Marketing de afiliación
13. Qué es trade marketing
14. Indicadores clave de desempeño (KPI)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING DE BUSCADORES

1. Cómo funciona el marketing de buscadores
2. Diferencia entre posicionamiento natural y publicitario
3. Búsqueda orgánica o SEO
4. Cómo funciona el algoritmo de Google
5. Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google
6. Relevancia del contenido
7. Eligiendo palabras objetivo
8. La importancia de los enlaces entrantes
9. Normas de calidad de contenido de Google. Directrices técnicas
10. Técnica para conseguir ser enlazado
11. La importancia de las palabras de enlace
12. Enlaces y textos de enlaces
13. Enlaces internos
14. Presentación del contenido. La importancia de todos los detalles
15. Densidad de página y densidad de keyword (Keyword density)
16. Utilización de etiquetas de clasificación y énfasis
17. Equilibrio código/contenido. Maquetación con capas y css
18. Uso de frames
19. Redirects
20. Enlaces Javascript y Flash
21. Cloacking o páginas exclusivas para buscadores
22. Comandos útiles de Google
23. SEM y Google adwords
24. Posicionamiento publicitario y pago por click
25. Compra de palabras clave y SEM
26. Publicidad basada en resultados

27. Posicionamiento en Google maps
28. Herramientas de monitorización SERP
29. Google trends
30. Autopráctica Google trends
31. Informes de Google
32. Google analitycs
33. Medir y analizar resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION)

1. El origen de los medios sociales
2. Social media
3. Tipos de medios sociales
4. Marketing en medios sociales
5. El Plan de medios sociales
6. Estrategias de social media
7. Campañas en medios sociales
8. Objetivos generales de una campaña en redes sociales
9. El Crowdsourcing
10. Medición de resultados de un social media plan
11. Analítica social y estrategia
12. Objetivos
13. IOR
14. Impact of relationship

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE MARKETING

1. Tipos de redes sociales
2. ¿Por qué hacer marketing en redes sociales?
3. El marketing viral y las redes sociales
4. La publicidad en las redes sociales. Dónde, cómo y para qué
5. Herramientas para crear y organizar contenido en redes sociales
6. Facebook, MySpace, Tuenti, Twitter y Youtube y otras aplicaciones de video y fotografía
7. Redes sociales profesionales en España
8. Otras redes sociales importantes
9. Aplicaciones para la gestión de redes sociales
10. Geolocalización en las redes sociales
11. Social bookmarking- explicación gráfica

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS BLOGS COMO HERRAMIENTAS DE MARKETING

1. Los blogs como herramienta de marketing
2. Mis primeros pasos con el blog
3. Los factores del éxito en los blogs
4. Relaciona conceptos
5. Yammer y las wikis

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

1. Sindicación de contenidos
2. RSS
3. Lector de feed
4. ¿Qué tipos de contenidos puede ofrecernos el RSS?
5. Cómo reunir los feeds RSS
6. PodCasting
7. Radar de noticias personales
8. Lifestreaming
9. Crear nuestro propio feed RSS
10. Directorios RSS

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MOBILE MARKETING, TELEVISIÓN DIGITAL Y VIDEO ON DEMAND

1. Marketing móvil
2. Formas de conectarse a internet a través del móvil
3. Otras aplicaciones de marketing móvil
4. Formatos estándares en internet móvil
5. Marketing de móviles
6. Consejos para una estrategia de marketing móvil
7. SMS marketing
8. Televisión digital
9. Televisión por internet

PARTE 2. TECNOLOGÍA Y SERVICIO LEGALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

1. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI): Ley - de 11 de Julio
    1. - Objeto de la LSSI-CE
    2. - Ámbito de aplicación de la LSSI-CE
    3. - Obligaciones de los prestadores de servicios respecto a la ley
    4. - Responsabilidad de los Prestadores de Servicios que realizan Copia Temporal de los Datos Solicitados por los Usuarios
    5. - Responsabilidad de los Prestadores de Servicios de Alojamiento o Almacenamiento de Datos
    6. - Responsabilidad de los Prestadores de Servicios que Faciliten Enlaces a Contenidos o Instrumentos de Búsqueda
    7. - Colaboración ente los Prestadores de Servicios de Intermediación
2. Régimen Sancionador
3. Principales Normas de Ordenación del Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA

1. El Derecho a la información: concepto y tipo de información administrativa
2. La Sociedad de la Información en la Administración Pública
3. Actuaciones que responden a la modernización de la atención en las Administraciones Públicas
4. Ventanilla única
5. Portal de información Administrativa

6. Elaboración y Actualización de Guías de Servicios
7. Teléfonos de información administrativa
8. Puntos de información administrativa
9. Medición de la satisfacción del ciudadano en la prestación del servicio
10. Sistema de Quejas y Sugerencias
11. Medición de la satisfacción del ciudadano
12. La implantación de un registro telemático único
13. Normativa: Ley - del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas
14. Funcionamiento Electrónico del Sector Público.
15. Sede Electrónica y Portal Internet
    1. - Sele Electrónica
    2. - Portal Internet
16. Sistema de identificación de las Administraciones Públicas
17. Actuación Administrativa Automatizada. Sistema de firma
18. Firma electrónica del personal al servicio de las Administraciones Públicas
19. Intercambio electrónico de datos en entornos cerrados de comunicación
20. Aseguramiento e interoperabilidad de la firma electrónica
21. Archivo electrónico de documentos
22. Funcionamiento Electrónico de la Administración. Herramientas Disponibles

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROTECCIÓN DE EMPRESAS Y CONSUMIDORES

1. Propiedad Intelectual. Marco Legal Nacional e Internacional
    1. - Marco Legal Nacional: RD Leg - Constitución Española, Código Civil y Código Penal
    2. - Marco Legal Internacional
    3. - Ámbito de aplicación de la normativa de propiedad intelectual
2. Propiedad Intelectual en Internet
    1. - Responsabilidad de los prestadores de servicios de la sociedad de la información
    2. - Operadores de redes y proveedores de acceso a internet
    3. - Copia temporal de los datos solicitados por los usuarios
    4. - Servicios de alojamiento o almacenamiento de datos
    5. - Enlaces a contenidos o instrumentos de búsqueda
    6. - Medidas cautelares en el caso de intermediarios
    7. - Medidas tecnológicas
3. Propiedad Industrial: Patentes y Marcas
    1. - Marco normativo. La Ley - 7 de diciembre de Marcas
    2. - Concepto de marca
    3. - Clases de marcas
    4. - Concepto de nombre comercial
    5. - Prohibiciones absolutas de registro
    6. - Prohibiciones relativas de registro
    7. - Marca notoria y marca renombrada
    8. - Marcas colectivas y de garantía
4. Defensa de la Propiedad industrial
    1. - Acciones civiles
    2. - Indemnización de daños y perjuicios
    3. - Delitos contra la propiedad industrial
5. Protección de los consumidores y usuarios
    1. - Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes

complementarias
2. - Protección de la salud y seguridad
3. - Derecho a la información, formación y educación
4. - Protección de los intereses económicos y legítimos de los consumidores y usuarios

6. Derecho al honor, derecho a la intimidad y a la propia imagen
    1. - Derecho al honor, intimidad y propia imagen
    2. - Derecho a la intimidad
    3. - Derecho a la propia imagen
    4. - Derecho al honor
    5. - Acciones protectoras
7. Actos de competencia desleal
    1. - Marco normativo; Ley - de 10 de enero, de Competencia Desleal
    2. - Cláusula general
    3. - Actos de competencia desleal
8. Regulación legal de los derechos de imagen
    1. - El derecho a la propia imagen en la Constitución
    2. - Protección del derecho a la propia imagen
    3. - La propia imagen
    4. - Normativa

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS

1. El Reglamento sobre protección de datos (UE) 2016/679
    1. - Innovaciones Más Destacables Del Reglamento De Protección De Datos De Carácter Personal
2. Novedades para los Responsables del Tratamiento
    1. - Elementos novedosos que se proyectan sobre todas las obligaciones
3. Consentimiento en el RGPD
4. Derechos de las personas
    1. - Procedimiento para el ejercicio de los derechos
    2. - Derecho de acceso
    3. - Derecho al olvido
    4. - Limitación al tratamiento
    5. - Portabilidad
5. Relaciones responsable-encargado
    1. - Elección del encargado de tratamiento
    2. - Contenido del contrato de encargo
6. Medidas a adoptar por los responsables del tratamiento de forma activa
    1. - Análisis de riesgo
    2. - Registro de la actividad del tratamiento
    3. - Protección de Datos desde el Diseño y por Defecto
7. Medidas de seguridad
    1. - Notificación de “violaciones de seguridad de los datos”
    2. - Evaluación del impacto sobre la Protección de Datos
8. Delegado de protección de Datos
9. Tratamiento de datos de menores
10. La Distinta Normativa Europea con Implicaciones a la Protección de Datos
    1. - La Directiva 2002/58/CE, de 12 de julio de 2002
    2. - La Directiva 2009/136/CE, de 25 de noviembre de 2009

3. - La Directiva - de 27 de abril de 2016

11. Principios de la protección de datos. Regulación anterior y adaptación actual
    1. - Principio de calidad de los datos
    2. - Deber de información al afectado en la recogida de datos personales
    3. - Consentimiento del afectado
    4. - Datos especialmente protegidos
    5. - Seguridad de los datos
    6. - Deber de secreto
    7. - Cesión o comunicación de datos
    8. - Acceso a los datos por cuenta de terceros
    9. - Ejercicio resuelto. Deber de secreto
12. Protección de Datos en Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 5. NORMATIVA SOBRE TELECOMUNICACIONES

1. Normativa sobre Telecomunicaciones
2. Ley - de 9 de mayo, General sobre Telecomunicaciones
3. Objeto y Ámbito de Aplicación
4. Objetivos y Principios de la Normativa
5. Servicios Públicos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CIBERSEGURIDAD Y CUMPLIMIENTO NORMATIVO

1. Privacidad y seguridad de la información: marco legal y jurídico
    1. - Normas sobre gestión de la seguridad de la información: familia de las normas ISO 27000
    2. - Bases de datos: cloud computing
    3. - Direcciones de correo electrónico
    4. - El uso de Cookies
2. Gestión de sistemas de seguridad de la información y ciberinteligencia: introducción y conceptos básicos
    1. - ¿Qué es la seguridad de la información?
    2. - Importancia de la seguridad de la información
    3. - Diseño, desarrollo e implantación
3. Normativa esencial sobre el sistema de gestión de la seguridad de la información (SGSI)
    1. - Estándares y Normas Internacionales sobre los SGSI
    2. - Legislación: leyes aplicables a los SGSI
4. Política de seguridad: Análisis y gestión de riesgos
    1. - Plan de implantación del SGSI
    2. - Análisis de riesgos: Introducción
    3. - Gestión de riesgos
5. Auditoría de seguridad informática
    1. - Criterios generales
    2. - Herramientas para la auditoria de sistemas
    3. - Descripción de los aspectos sobre cortafuegos en auditorías de sistemas de información
    4. - Guías para la ejecución de las distintas fases de la auditoria de sistemas de información

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL DELITO INFORMÁTICO

1. La persona jurídica en la legislación penal

2. Imputación de responsabilidad a la persona jurídica
    1. - Delito cometido por representantes o personas con capacidad de decisión, organización y control
    2. - Delito cometido por un empleado
3. Delimitación de los delitos imputables a personas jurídicas
    1. - Delitos imputables a personas jurídicas
4. Penas aplicables a las personas jurídicas
    1. - Determinación de la pena
5. El procedimiento penal
    1. - Tipos de procesos penales
    2. - La jurisdicción
    3. - Competencia
    4. - Formas de iniciación del proceso penal
6. Delitos contra la intimidad, allanamiento informático y otros delitos informáticos
7. Delitos de estafas y fraudes
8. Delitos de daños informáticos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DEONTOLOGÍA PROFESIONAL

1. Introducción a la Deontología Profesional
    1. - Origen del término deontología
    2. - Objetivos de la Deontología profesional
    3. - Ética y moral
2. Deontología profesional
    1. - ¿Qué es una profesión?
    2. - Principios deontológicos
    3. - Normas de comportamiento en relación a los clientes, la empresa o profesional
    4. - Emolumentos profesionales: pago por los servicios prestados
3. Códigos deontológicos
    1. - Definición y funciones de los códigos deontológicos
    2. - Colegios profesionales
4. Fundamento filosófico de la ética y deontología profesional
    1. - ¿Qué es ética?
    2. - Sistemas morales
    3. - Ética social
5. Ética profesional
    1. - ¿Qué es la ética profesional?
    2. - Objetivos de la ética profesional
    3. - Principios éticos básicos
    4. - Clima laboral y comunicación
6. La persona como centro de los valores morales
    1. - Los valores morales
    2. - Conflictos en las relaciones humanas
    3. - Desarrollo de la personalidad
    4. - Características personales
    5. - Factores de influencia en la conducta
    6. - Las inteligencias múltiples
7. Calidad Profesional
    1. - Calidad y control de calidad

2. - ¿Quién es el cliente?

PARTE 3. MARKETPLACES JURÍDICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL COMERCIO ELECTRÓNICO: APROXIMACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN PARA GENERAR INGRESOS: MODELOS DE NEGOCIO ONLINE

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MODELOS DE NEGOCIO ONLINE SEGÚN LOS PARTICIPANTES EN LAS TRANSACCIONES COMERCIALES ELECTRÓNICAS: B2B, B2C, C2C Y OTRAS.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MODELO DE NEGOCIO DE PLATAFORMA: MARKETPLACES O PLATFORM BUSINESS.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS MARKETPLACES JURÍDICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ANÁLISIS DE TRES MODELOS DE NEGOCIO DE PLATAFORMA: ALIBABA, UBER Y AIRBNB.

PARTE 4. DESARROLLO DE PROYECTOS LEGALTECH

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NECESIDADES DEL SECTOR LEGAL

1. La legislación española reguladora de la actividad debido a la aparición de necesidades determinadas del sector
2. El surgimiento de los bufetes online: necesidades legislativas
    1. - El ciberespacio
3. Grado de protección exigido legalmente
    1. - Legislación correspondiente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IDEAS DE NEGOCIO. BUSINESS IDEA

1. La generación de ideas de negocio
2. Elección de una estrategia de negocio viable
    1. - Estudio de viabilidad
    2. - Tipos de viabilidad
3. Focalización de la atención en un tipo de negocio concreto
    1. - Identificación de barreras de entrada
4. Business plan. El plan de negocio
5. La innovación en el desarrollo de proyectos
    1. - La importancia de la innovación en los negocios
    2. - La innovación en el desarrollo de proyectos legaltech: ciberabogado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. VENTAJAS DE ESTOS PROYECTOS PARA PROFESIONALES Y CLIENTES

1. Requisitos para el éxito de los proyectos Legaltech: el despacho virtual
    1. - Puntos clave para el éxito o fracaso del proyecto
    2. - Definición de la misión del proyecto Legaltech para garantizar el éxito
2. Ventajas de los proyectos Legaltech para los profesionales
    1. - Tipos de ventajas

3. Ventajas de los proyectos Legaltech para los clientes
    1. - Tipos de ventajas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTECCIÓN JURÍDICA DEL SOFTWARE

1. El software de los proyectos Legaltech y su protección a nivel legal
2. Derecho de autor
    1. - Derechos protegidos
    2. - Limitaciones de los derechos
    3. - Vigencia, propiedad, ejercicio y cesión del derecho de autor
3. Patentes
    1. - Fundamentos jurídicos de las patentes
    2. - Fundamentos económicos de las patentes
4. LCD (Competencia desleal)
    1. - Modelos teóricos de competencia
    2. - Tipos y acciones de competencia desleal

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROTECCIÓN JURÍDICA DE LAS BASES DE DATOS

1. Las bases de datos
    1. - Tipos y características
    2. - Estructura de una base de datos
    3. - Funciones
    4. - Organización
2. Regulación normativa de la protección jurídica de las bases de datos
    1. - Derecho de autor
    2. - Derecho “sui generis”

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CLOUD COMPUTING

1. Orígenes del cloud computing
2. Cloud computing: aspectos generales
    1. - Definición de cloud computing
3. Características del cloud computing
4. La nube y los negocios
    1. - Beneficios específicos
5. Modelos básicos en la nube

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BIG DATA

1. ¿Qué es Big Data?
    1. - ¿Por qué se genera tanta información?
    2. - La era de las grandes cantidades de información: historia del big data
2. La importancia de almacenar y extraer información
    1. - Herramientas y tecnologías para manejo de Big Data
3. Reglas para los Big Data
4. Big Data enfocado a los negocios

PARTE 5. IMPLANTACIÓN DE LA LOPD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROTECCIÓN DE DATOS: CONTEXTO NORMATIVO

1. Normativa General de Protección de Datos
2. Privacidad y protección de datos en el panorama internacional
3. La Protección de Datos en Europa
4. La Protección de Datos en España
5. Estándares y buenas prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. REGLAMENTO EUROPEO DE PROTECCIÓN DE DATOS (RGPD). FUNDAMENTOS

1. El Reglamento UE 2016/679
2. Ámbito de aplicación del RGPD
3. Definiciones
4. Sujetos obligados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LEGITIMACIÓN PARA EL TRATAMIENTO DE LOS DATOS PERSONALES EN EL RGPD

1. El consentimiento del interesado en la protección de datos personales
2. El consentimiento: otorgamiento y revocación
3. El consentimiento informado: finalidad, transparencia, conservación, información y deber de comunicación al interesado
4. Eliminación del Consentimiento tácito en el RGPD
5. Consentimiento de los niños
6. Categorías especiales de datos
7. Datos relativos a infracciones y condenas penales
8. Tratamiento que no requiere identificación
9. Bases jurídicas distintas del consentimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DERECHOS DE LOS CIUDADANOS EN LA PROTECCIÓN DE SUS DATOS PERSONALES

1. Derechos de las personas respecto a sus Datos Personales
2. Transparencia e Información
3. Acceso, Rectificación, Supresión (Olvido)
4. Oposición
5. Decisiones individuales automatizadas
6. Portabilidad de los Datos
7. Limitación del tratamiento
8. Excepciones a los derechos
9. Casos específicos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA RESPONSABILIDAD PROACTIVA

1. El Principio de Responsabilidad Proactiva
2. Privacidad desde el Diseño y por Defecto Principios fundamentales
3. Evaluación de Impacto relativa a la Protección de Datos (EIPD) y consulta previa Los Tratamientos de Alto Riesgo
4. Seguridad de los datos personales Seguridad técnica y organizativa

5. Las Violaciones de la Seguridad Notificación de Violaciones de Seguridad
6. El Delegado de Protección de Datos (DPD) Marco normativo
7. Códigos de conducta y certificaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ANÁLISIS Y GESTIÓN DE RIESGOS DE LOS TRATAMIENTOS DE DATOS PERSONALES

1. Introducción Marco general de la Evaluación y Gestión de Riesgos Conceptos generales
2. Evaluación de Riesgos Inventario y valoración de activos Inventario y valoración de amenazas Salvaguardas existentes y valoración de su protección Riesgo resultante
3. Gestión de Riesgos Conceptos Implementación Selección y asignación de salvaguardas a amenazas Valoración de la protección Riesgo residual, riesgo aceptable y riesgo asumible

UNIDAD DIDÁCTICA 7. METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS Y GESTIÓN DE RIESGOS

1. Metodologías de Análisis y Gestión de riesgos
2. Incidencias y recuperación
3. Principales metodologías

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROGRAMA DE CUMPLIMIENTO DE PROTECCIÓN DE DATOS Y SEGURIDAD EN UNA ORGANIZACIÓN

1. El diseño y la Implantación del Programa de Protección de Datos en el contexto de la organización
2. Objetivos del Programa de Cumplimiento
3. Accountability: La Trazabilidad del Modelo de Cumplimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

1. Marco normativo. Esquema Nacional de Seguridad y directiva NIS: Directiva (UE) 2016/1148 relativa a las medidas destinadas a garantizar un elevado nivel común de seguridad de las redes y sistemas de información en la Unión Ámbito de aplicación, objetivos, elementos principales, principios básicos y requisitos mínimos
2. Ciberseguridad y gobierno de la seguridad de la información Generalidades, Misión, gobierno efectivo de la Seguridad de la información (SI) Conceptos de SI Alcance Métricas del gobierno de la SI. Estado de la SI. Estrategia de la SI
3. Puesta en práctica de la seguridad de la información. Seguridad desde el diseño y por defecto. El ciclo de vida de los Sistemas de Información Integración de la seguridad y la privacidad en el ciclo de vida El control de calidad de los SI

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EVALUACIÓN DE IMPACTO DE PROTECCIÓN DE DATOS “EIPD”

1. Introducción y fundamentos de las EIPD: Origen, concepto y características de las EIPD Alcance y necesidad Estándares
2. Realización de una Evaluación de Impacto Aspectos preparatorios y organizativos, análisis de la necesidad de llevar a cabo la evaluación y consultas previas

PARTE 6. DERECHO TECNOLÓGICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NORMATIVA ESENCIAL SOBRE EL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD DE

LA INFORMACIÓN (SGSI)

1. Estándares y Normas Internacionales sobre los SGSI
2. Legislación: Leyes aplicables a los SGSI

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OTROS CONOCIMIENTOS

1. El Cloud Computing
2. Los Smartphones
3. Internet de las cosas (IoT)
4. Big Data y elaboración de perfiles
5. Redes sociales
6. Tecnologías de seguimiento de usuario
7. Blockchain y últimas tecnologías

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS BÁSICOS DE LA TECNOLOGÍA BLOCKCHAIN

1. ¿Qué es BlockChain? Introducción e historia
2. Criptomonedas
3. Redes Blockchain: Pública, Privada e Híbrida
4. Campos de aplicación de la tecnología Blockchain
5. Pros y contras de Blockchain

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CRIPTOGRAFÍA

1. Perspectiva histórica y objetivos de la criptografía
2. Teoría de la información
3. Propiedades de la seguridad que se pueden controlar mediante la aplicación de la criptografía
4. Criptografía de clave privada o simétrica
5. Criptografía de clave pública o asimétrica
6. Algoritmos criptográficos más utilizados
7. Funciones hash y los criterios para su utilización
8. Protocolos de intercambio de claves
9. Herramientas de cifrado

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BLOCKCHAIN: PRINCIPIOS TECNOLÓGICOS

1. Aplicaciones descentralizadas o DAPP
2. Redes p2p
3. Elementos de la arquitectura
4. Principios de funcionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ASPECTOS JURÍDICOS ASOCIADOS A BLOCKCHAIN

1. El Contrato Inteligente. Smart Contract
2. Evolución de los contratos tradicionales
3. Aspectos básicos de Smart Contracts
4. Usos de los contratos inteligentes
5. Certificado digital y firma electrónica
6. Reglamento UE 910/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de julio de 2014, relativa

a la identificación electrónica y los servicios de confianza para las transacciones electrónicas en el mercado interior
7. ICOs. Los nuevos mecanismos de financiación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción al comercio electrónico
2. Marketing electrónico vs. Comercio Electrónico
3. Cadena de valor en comercio electrónico
4. Beneficios de Internet y del comercio electrónico
5. Intercambio de productos y/o servicios a través de Internet
6. Ventajas de la fidelización en comercio electrónico
7. Retención de los consumidores
8. Medios de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

1. Especialidades de la contratación electrónica
2. El consumidor en la contratación electrónica
3. Dinero electrónico y su regulación
4. Pago en el comercio electrónico: pagos electrónicos y pagos móviles
5. Contratos clickwrap y browse-wrap

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

1. Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias
2. Protección de la salud y seguridad
3. Derecho a la información, formación y educación
4. Protección de los intereses económicos y legítimos de los consumidores y usuarios

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PROPIEDAD INDUSTRIAL

1. Nociones generales de la propiedad industrial
2. Titularidad y autoría de las innovaciones
3. Tipos de protección según su naturaleza
4. Fundamentos jurídicos de la propiedad industrial

UNIDAD DIDÁCTICA 11. TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

1. Conceptualización de la transferencia tecnológica
2. Mecanismos de transferencia tecnológica
3. PARTICULARIDADES DE LA LICENCIA
4. Especificaciones del contrato Know-How
5. Nuevas tendencias en transferencia tecnológica: Spin-Off y JointVentures
6. Ejemplos reales de transferencia tecnológica

UNIDAD DIDÁCTICA 12. EL SECRETO EMPRESARIAL

1. Necesidad de protección del conocimiento en el seno de la empresa
2. Ideas protegibles

3. El deber de secreto de los empleados
4. El deber de secreto con tercero en el ámbito de la empresa
5. Cloud computing: base de datos sensibles
6. Protección de datos en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 13. REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

1. Examen de admisibilidad y de forma
2. Remisión y publicación de la solicitud
3. Oposiciones de terceros
4. Examen de fondo
5. Suspensión de la solicitud
6. Resolución de la solicitud
7. Revisión de actos en vía administrativa
8. Duración, renovación y modificación

UNIDAD DIDÁCTICA 14. PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL EN EL MARKETING DIGITAL

1. Propiedad intelectual y marketing digital
2. Propiedad industrial y marketing digital
3. Uso de contenidos de terceros. Agencias y clientes
4. Online Reputation Management
5. Riesgos de la reputación online y el efecto Streisand
6. Marco legal de la reputación online: Imagen corporativa y derecho al olvido

¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

¡Encuéntranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH, C.P. 18.200, Maracena (Granada)

900 831 200

formacion@euroinnova.com

www.euroinnova.edu.es

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!

Ver en la web

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

EUROINNOVA

INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

By
EDUCA EDTECH
Group