



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Gestión de Firmas Jurídicas y Marketing Estratégico

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Máster en Gestión de Firmas Jurídicas y Marketing Estratégico

duración total: 1.500 horas

horas teleformación: 450 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

El mercado laboral demanda profesionales con conocimientos en Dirección estratégica, Liderazgo y Marketing Digital. Especialmente, en los Bufetes de Abogados se necesitan personas con capacidad de liderazgo, que conozcan cómo gestionar los diferentes softwares jurídicos, e, incluso, la importancia de la oratoria o el coaching jurídico.



+ Información Gratis

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Dotar de las herramientas necesarias para confeccionar una estrategia de marketing digital.
- Adquirir los conocimientos necesarios para saber cómo realizar una dirección estratégica empresarial.
- Saber cuál es el régimen jurídico del marketing digital.
- Conocer la normativa en materia de Protección de Datos para abogados y otros profesionales del sector jurídico.
- Estudiar el desarrollo de los servicios Legaltech.

para qué te prepara

El Máster en Gestión de Firmas Jurídicas y Marketing Estratégico ofrece una visión completa e integral sobre cómo dirigir un despacho de abogados, tratando la importancia del liderazgo, de las estrategias existentes en el marketing digital, e incidiendo sobre su regulación. Por otra parte, conocerás la importancia de los softwares jurídicos como soluciones de gestión integral, con la que poder gestionar clientes, expedientes, así como la facturación, teniendo en cuenta la importancia de la Protección de Datos en la materia. Además, tratarás la importancia de la oratoria jurídica y de el coaching jurídico, todo ello para poder comunicar con precisión y eficacia.

salidas laborales

- Experto en dirección de despachos de abogados.
- Experto en liderazgo de firmas jurídicas.
- Experto en marketing digital aplicado a las firmas jurídicas.
- Profesionales del ámbito jurídico.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Régimen jurídico del Marketing Digital'
- Manual teórico 'Protección de Datos para Despachos, Abogados y Profesionales del Sector Jurídico'
- Manual teórico 'Servicios Legaltech'
- Manual teórico 'Software jurídico: Gestión de Clientes, Casos y Facturación'
- Manual teórico 'Gestión empresarial: Marketing y Comercialización'
- Manual teórico 'Oratoria Jurídica'
- Manual teórico 'Coaching Jurídico'
- Manual teórico 'La Dirección Estratégica de la Empresa. Técnicas de Gestión y Organización Empresarial,
- Manual teórico 'Marketing Digital'



profesorado y servicio de tutorías

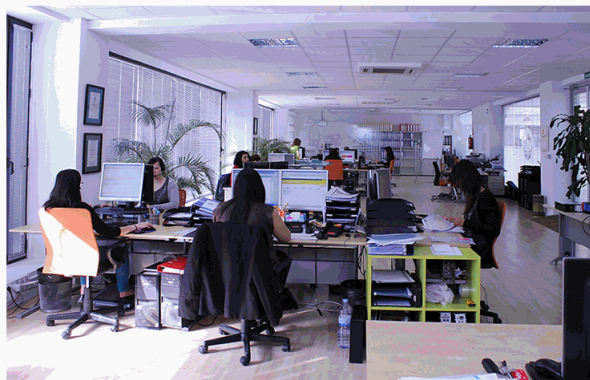
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

MÓDULO 1. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA TÉCNICAS DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL, MARKETING, RR.HH Y LIDERAZGO

UNIDAD DIDÁCTICA 1 EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

- 1.Las PYMES como organizaciones
- 2.Liderazgo
- 3.Un nuevo talante en la Dirección

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

- 1.Introducción
- 2.Utilidad del Plan de Empresa
- 3.La introducción del Plan de Empresa
- 4.Descripción del negocio Productos o servicios
- 5.Estudio de mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LA ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

- 1.Plan de Marketing
- 2.Plan de Producción

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RRHH RECURSOS FINANCIEROS

- 1.Infraestructura
- 2.Recursos Humanos
- 3.Plan Financiero
- 4.Valoración del Riesgo Valoración del proyecto
- 5.Estructura legal Forma jurídica

MÓDULO 2. GESTIÓN EMPRESARIAL: MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DEL MARKETING

- 1.Concepto de Marketing
- 2.El Marketing empresarial
- 3.Marketing estratégico
- 4.Marketing operativo
- 5.Marketing-mix

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ENTORNO: DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

- 1.El entorno de las organizaciones
- 2.El mercado: Concepto y delimitación
- 3.El mercado de bienes de uso: consumo frecuente y consumo duradero
- 4.El mercado industrial: el producto
- 5.El mercado de servicios: características y estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

- 1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
- 2.Segmentación eficaz: Criterios y requisitos de segmentación de mercados de consumo e industriales
- 3.Las estrategias de cobertura del mercado
- 4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

- 1.Introducción: análisis de la demanda y segmentación
- 2.El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda

3. Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
4. Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca: matriz variable de marca
5. Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

1. Estudio del comportamiento de compra
2. Los condicionantes del comportamiento de compra de los consumidores: Factores internos y externos
3. Comportamiento de compra: Roles, tipos y etapas
4. El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL ANUNCIANTE EN LA RED

1. Visibilidad e imagen de la empresa en la red
2. Reputación online y confianza
3. Identidad digital: determinación de unos rasgos propios
4. E-reputación ¿Cómo recuperar la reputación dañada?
5. Principales herramientas e indicadores para conocer la satisfacción de los clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL MERCADO DIGITAL: USUARIOS Y E-CONSUMER

1. Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
2. Introducción al comercio electrónico
3. Clasificar a los compradores: Prosumer y Crossuser
4. El comportamiento de los usuarios de Internet
5. Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS REDES SOCIALES COMO ELEMENTO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

1. Marketing en Redes Sociales, el Social Media Marketing
2. Social Networking en la estrategia corporativa de la empresa
3. Tipos de redes sociales: Conectarnos
4. Redes sociales: ventajas y desventajas para el usuario
5. Beneficios de las redes sociales desde el punto de vista de la empresa y desde el punto de vista del consumidor
6. Importancia y repercusión de las redes sociales
7. Las redes sociales como intercambio constante de información
8. Redes sociales en dispositivos móviles

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CRM EN EL MEDIO ONLINE

1. Marketing de relaciones
2. Del CRM al e-CRM
3. Estrategia de atención al cliente
4. Optimización en la gestión del marketing relacional
5. Real time management
6. Social CRM y generación de leads

UNIDAD DIDÁCTICA 10. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

1. Presentación y demostración del producto/servicio
2. Demostraciones ante un gran número de clientes
3. Argumentación comercial
4. Técnicas para la refutación de objeciones
5. Técnicas de persuasión a la compra
6. Ventas cruzadas
7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
8. Técnicas de comunicación no presenciales

MÓDULO 3. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital

- 3.Funciones y objetivos del Marketing Digital
- 4.Ventajas del Marketing Digital
- 5.Características de Internet como medio del Marketing Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

- 1.Tipos de redes sociales
- 2.La importancia actual del social media
- 3.Prosumer
- 4.Contenido de valor
- 5.Marketing viral
- 6.La figura del Community Manager
- 7.Social Media Plan
- 8.Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO

- 1.Importancia del SEO
- 2.Funcionamiento de los buscadores
- 3.Google: algoritmos y actualizaciones
- 4.Cómo salir de una penalización en Google
- 5.Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEM: PERFORMAN MARKETING

- 1.Introducción al SEM
- 2.Principales conceptos de SEM
- 3.Sistema de pujas y calidad del anuncio
- 4.Primer contacto con Google Ads
- 5.Creación de anuncios de calidad
- 6.Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INBOUND MARKETING

- 1.¿Qué es el Inbound Marketing?
- 2.Marketing de Contenidos
- 3.Marketing viral
- 4.Video Marketing
- 5.Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM

- 1.Introducción
- 2.Marketing relacional
- 3.Experiencia del usuario
- 4.Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

- 1.Definir la estrategia
- 2.Cuentas específicas
- 3.Identificación del equipo
- 4.Definir el tono de la comunicación
- 5.Protocolo de resolución de problemas
- 6.Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
- 7.Monitorización
- 8.Gestión, seguimiento y fidelización
- 9.Medición de la gestión de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

- 1.Fundamentos del email marketing
- 2.Objetivos del email marketing
- 3.Estructura de un email
- 4.Tipos de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

1. Auge del comercio online
2. Tipos de eCommerce
3. Atención al cliente
4. Embudos de conversión
5. Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

MÓDULO 4. RÉGIMEN JURÍDICO DEL MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SISTEMA DE FUENTES EN MARKETING DIGITAL

1. Consideraciones previas. Amparo constitucional
2. Las fuentes del marketing digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMUNICACIONES COMERCIALES ELECTRÓNICAS

1. Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
2. Requisitos de información para los consumidores
3. Seguridad de la información y las comunicaciones electrónicas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRIVACIDAD Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

1. Marco legal y jurídico de la seguridad de la información
2. Bases de datos: cloud computing
3. Direcciones de correo electrónico
4. El uso de Cookies-

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL APLICADA AL MARKETING DIGITAL

1. Propiedad intelectual y marketing digital
2. Propiedad industrial y marketing digital
3. Uso de contenidos de terceros. Agencias y clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LEY DE SERVICIOS DE SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Objeto de la LSSI-CE y ámbito de aplicación
2. Obligaciones y régimen de responsabilidad
3. Infracciones y sanciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING Y WEB 3.0

1. Acciones de marketing en la web 3.0
2. Publicidad en entornos 3.0
3. Concursos y sorteos online

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA REPUTACIÓN ONLINE

1. Gestión de la Reputación Online
2. Riesgos de la reputación online. El efecto Streisand
3. Marco legal de la reputación online

MÓDULO 5. SOFTWARE JURÍDICO: GESTIÓN DE CLIENTES, CASOS Y FACTURACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SOFTWARE PARA EL SECTOR JURÍDICO: SOLUCIONES DE GESTIÓN INTEGRAL PARA DESPACHOS, EMPRESAS Y ENTIDADES DEL SECTOR JURÍDICO - LEGAL

1. Aspectos principales del software
2. Conceptualización y áreas del software para el sector jurídico
3. Características del software para el sector jurídico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SERVICIOS ONLINE PARA EL SECTOR JURÍDICO - LEGAL

1. Tecnología y mundo jurídico

2. Valor añadido de los servicios
3. Servicios online específicos
4. Servicios multidisciplinares
5. Cliente online de servicios legales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE CLIENTES

1. Gestión de clientes en servicios online del sector jurídico
2. Gestión de clientes con la estrategia CRM
3. Atención al cliente
4. Asistencia al cliente
5. Satisfacción del cliente
6. Quejas, objeciones y reclamaciones
7. Fidelización de clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE CASOS Y EXPEDIENTES JURÍDICOS

1. Introducción a la gestión de casos
2. Áreas de los diferentes casos
3. Por qué aceptar los casos
4. Errores en la gestión de casos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FACTURACIÓN. E-FACTURA

1. Introducción a la factura electrónica
2. Factura ordinaria y factura electrónica
3. Tipos de facturas
4. Requisitos de la factura

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TRÁMITES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

1. Relación telemática entre la Administración Pública y la ciudadanía
2. Uso de medios electrónicos
3. Sistema de Interconexión de Registros (SIR)
4. Práctica de notificaciones
5. Consecuencias de la nueva regulación
6. Formas de identificación de los ciudadanos y de la administración
7. El expediente electrónico
8. Notificaciones telemáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONTRATOS INFORMÁTICOS

1. Contratos informáticos
2. Propiedades de contratos informáticos
3. Tipos de contratos informáticos
4. Cumplimiento de contratos informáticos

MÓDULO 6. ORATORIA JURÍDICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA IMPORTANCIA DE HABLAR EN PÚBLICO

1. Introducción
2. La oratoria
3. Técnica y procedimiento de la oratoria: la retórica
4. Las ventajas de ser un buen orador
5. Objetivos del orador
6. La mejor forma de conectar con el público

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TEMOR ESCÉNICO. TÉCNICAS Y SUPERACIÓN

1. Técnicas para afrontar el miedo a hablar en público
2. Timidez y ansiedad social
3. Asertividad

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HABILIDADES PERSONALES Y SOCIALES

1. Definición de habilidad personal y social
2. Habilidades sociales de especial interés

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIÓN VERBAL Y NO VERBAL

1. Comunicación verbal: diálogo
2. Las actitudes para el diálogo entre personas
3. Claves para la comprensión de la información verbal
4. Problemas psicológicos de la comunicación verbal
5. ¿Qué es la comunicación no verbal?
6. Componentes de la comunicación no verbal
7. El lenguaje corporal

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMUNICACIÓN Y DIÁLOGO

1. Los orígenes del diálogo: comunicación
2. Características, funciones y componentes del diálogo
3. El diálogo oral
4. Las interferencias en el proceso de comunicación
5. Cómo facilitar la buena comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HABILIDADES Y COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

1. Habilidades conversacionales
2. La escucha
3. La reformulación
4. La aceptación incondicional
5. La destreza de personalizar
6. La confrontación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FORMAS Y TIPOS DE DISCURSO

1. Introducción
2. Narración
3. Descripción
4. Exposición
5. Argumentación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PREPARACIÓN DE LA INTERVENCIÓN

1. La preparación del discurso
2. El estilo de la intervención
3. El factor tiempo
4. El público
5. El contexto de la intervención
6. El contenido
7. El día del acto
8. La intervención

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

1. Tipologías de clientes
2. Comunicación verbal y no verbal
3. Pauta de comportamiento
4. Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo, agresivo y no asertivo
5. La atención telefónica
6. Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA COMUNICACIÓN CON LA PARTE CONTRARIA

1. Tipologías de partes
2. Proceso comunicativo del acto judicial
3. Estrategias
4. Herramientas útiles

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INTERVENCIÓN EN SALA

1. Las formas en las actuaciones Judiciales
2. El alegato

- 3.El interrogatorio
- 4.Rasgos lingüísticos coloquiales del discurso jurídico oral

UNIDAD DIDÁCTICA 12. TERMINOLOGÍA JURÍDICA Y REDACCIÓN DE ESCRITOS JURÍDICOS

- 1.La redacción de escritos jurídicos
- 2.Tipos de escritos
- 3.Terminología jurídica

MÓDULO 7. COACHING JURÍDICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES EL COACHING?

- 1.El cambio, la crisis y la construcción de la identidad
- 2.Concepto de coaching
- 3.Etimología del coaching
- 4.Influencias del coaching
- 5.Influencias filosóficas
- 6.Influencias psicológicas
- 7.Otras influencias
- 8.Diferencias del coaching con otras prácticas
- 9.Corrientes actuales de coaching

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPORTANCIA DEL COACHING

- 1.¿Por qué es importante el coaching?
- 2.Principios y valores
- 3.Tipos de coaching
- 4.Beneficios de un coaching eficaz
- 5.Mitos sobre coaching

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL COACHING I

- 1.Introducción: los elementos claves para el éxito
- 2.Motivación
- 3.Autoestima
- 4.Autoconfianza

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL COACHING II

- 1.Responsabilidad y compromiso
- 2.Acción
- 3.Creatividad
- 4.Contenido y proceso
- 5.Posición “meta”
- 6.Duelo y cambio

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ÉTICA Y COACHING

- 1.Liderazgo, poder y ética
- 2.Confidencialidad del Proceso
- 3.Ética y Deontología del coach
- 4.Código Deontológico del Coach
- 5.Código Ético

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PROCESO DE COACHING: ASPECTOS GENERALES

- 1.Coaching ¿herramienta o proceso?
- 2.Motivación en el proceso
- 3.La voluntad como requisito del inicio del proceso
- 4.Riesgos del proceso de coaching

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FASES EN EL PROCESO DE COACHING

- 1.Primer fase: establecer la relación de coaching
- 2.Segunda fase: planificación de la acción
- 3.Tercera fase: ciclo de coaching
- 4.Cuarta Fase: evaluación y seguimiento

5.Una sesión inicial de coaching

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A LAS TÉCNICAS DE COACHING

- 1.Técnicas en coaching: transformar lo negativo en positivo
- 2.Las dinámicas: definición
- 3.¿Para qué se utilizan las técnicas grupales y para qué no?
- 4.Elección de la técnica adecuada
- 5.Diferentes herramientas: estructurales, personales, exploratorias y de aprendizaje

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL PROCESO DE CAMBIO

- 1.Autoconciencia. ¿Dónde estoy?
- 2.Cambio y coaching
- 3.El proceso de cambio: establecer objetivos
- 4.El coach como agente de cambio personal

UNIDAD DIDÁCTICA 10. INTRODUCCIÓN AL COACHING PERSONAL

- 1.Interiorización
- 2.Comportamientos limitantes
- 3.Emociones y coaching
- 4.La resistencia al cambio

UNIDAD DIDÁCTICA 11. COACHING JURÍDICO

- 1.¿Cómo motivar a los abogados?
- 2.Gestionar emociones en momentos de incertidumbre y crisis profesional en el sector legal
- 3.Impulsar la carrera profesional en la abogacía y el sector legal
- 4.Actitudes de liderazgo en el Despacho de abogados
- 5.Marca personal como profesional de prestigio en el sector legal

UNIDAD DIDÁCTICA 12. EL COACHING PARA DIRECTORES DE DESPACHOS DE ABOGADOS

- 1.Introducción al coaching ejecutivo
- 2.Coach interno vs Coach externo
- 3.Acuerdo y compromisos de las partes
- 4.El proceso de coaching ejecutivo en tres pasos
- 5.Tendencias en Coaching ejecutivo
- 6.Gestionar y dirigir el despacho de Abogados como líder
- 7.Detectar malos hábitos en el Despacho

MÓDULO 8. PROTECCIÓN DE DATOS (RGPD) PARA ABOGADOS, DESPACHOS Y PROFESIONALES DEL SECTOR JURÍDICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DESPACHOS, ABOGADOS Y PROFESIONALES COMO RESPONSABLES O ENCARGADOS DEL TRATAMIENTO

- 1.Cuestiones generales: RGPD, Despachos, Abogados y profesionales
- 2.Las políticas de protección de Datos
- 3.Legitimación del tratamiento: Profesionales del Sector jurídico como Responsable o encargado del tratamiento
- 4.Delegado de Protección de Datos (DPD). Marco normativo
- 5.Tratamiento de los datos en el proceso y en el juicio
- 6.Secreto profesional y confidencialidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RESPONSABILIDAD ACTIVA EN DESPACHOS, ABOGADOS Y PROFESIONALES DEL SECTOR JURÍDICO

- 1.El principio de Responsabilidad Proactiva
- 2.Privacidad desde el Diseño y por Defecto. Principios fundamentales
- 3.Análisis de riesgo en los Despachos de abogados y Procuradores
- 4.Evaluación de Impacto relativa a la Protección de Datos (EIPD) y consulta previa. Los tratamientos de alto riesgo
- 5.Seguridad de los datos personales. Seguridad técnica y organizativa
- 6.Brechas de seguridad en el Despacho de Abogados. Violaciones de seguridad
- 7.Registro de actividades de tratamiento: Identificación y clasificación del tratamiento de datos

8.Códigos de conducta y certificaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS DESPACHOS DE PROFESIONALES DEL SECTOR JURÍDICO: CUESTIONES RELEVANTES EN SU FUNCIONAMIENTO

- 1.Páginas web y cookies
- 2.Comunicaciones electrónicas entre profesionales del Sector Jurídico y clientes
- 3.El cloud computing
- 4.Publicación de sentencias en internet
- 5.Tratamiento de datos derivados de la aplicación de la Ley de Prevención del Blanqueo de Capitales
- 6.Cesión de Datos a la Agencia Tributaria (AEAT)
- 7.Colegios Profesionales: publicación de datos de los colegiados

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MODELOS HABITUALES PARA EL CUMPLIMIENTO DEL RGPD

- 1.Modelo de contrato de encargo con cláusula informativa
- 2.Modelos para el uso y la navegación en páginas web
- 3.Modelo de acuerdo de encargo de tratamiento
- 4.Modelos para el ejercicio de derechos
- 5.Modelos de respuesta para el ejercicio de derechos

MÓDULO 9. DESARROLLO DE SERVICIOS 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
- 3.Grado de protección exigido legalmente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IDEAS DE NEGOCIO. BUSINESS IDEA

- 1.La generación de ideas de negocio
- 2.Elección de una estrategia de negocio viable
- 3.Focalización de la atención en un tipo de negocio concreto
- 4.Business plan. El plan de negocio
- 5.La innovación en el desarrollo de proyectos

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

- 1.Requisitos para el éxito de los proyectos Legaltech: el despacho virtual
- 2.Ventajas de los proyectos Legaltech para los profesionales
- 3.Ventajas de los proyectos Legaltech para los clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTECCIÓN JURÍDICA DEL SOFTWARE

- 1.El software de los proyectos Legaltech y su protección a nivel legal
- 2.Derecho de autor
- 3.Patentes
- 4.LCD (Competencia desleal)

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROTECCIÓN JURÍDICA DE LAS BASES DE DATOS

- 1.Las bases de datos
- 2.Regulación normativa de la protección jurídica de las bases de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CLOUD COMPUTING

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

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BIG DATA

- 1.¿Qué es Big Data?
- 2.La importancia de almacenar y extraer información
- 3.Reglas para los Big Data
- 4.Big Data enfocado a los negocios

MÓDULO 10. PROYECTO FIN DE MÁSTER