



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Gestión de la Industria Musical y Management

+ Información Gratis

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

Máster en Gestión de la Industria Musical y Management

duración total: 1.500 horas

horas teleformación: 450 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Durante la última década el sector musical ha avanzado a pasos agigantados transformando todo su ámbito y adaptándolo a los nuevos tiempos. Así hoy en día la música es más accesible y se ha detectado un gran repunte en la asistencia a festivales de música en directo, alcanzo casi la gran parte de los ingresos en el total de la Industria.

Con este curso podrás desenvolverte en este ámbito, especializándote en la gestión y organización de cualquier evento musical como en las negociaciones y podrás aplicar lo aprendido en cuanto al Social Media Management e impulsar tu carrera profesional

Con Inesem Business School conseguirás la mejor formación ya que te garantizamos prácticas profesionales para que puedas poner en práctica lo aprendido, y además contamos con un claustro especializado en la materia que te guiará a lo largo del Master y resolverá todas tus dudas.



+ 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

- Conocer todos los aspectos legales sobre la propiedad intelectual y su protección
- Estudiar la industria musical en la actualidad y su internacionalización
- Organizar y gestionar festivales de música en directo
- Aprender la contabilidad y finanzas de las empresas musicales
- Saber implementar una auditoría en derechos digitales en LOPDGDD
- Conocer el branding y la gestión de la marca en la industria musical
- Comprender, estudiar y aplicar el Social Media Management

para qué te prepara

El Master te prepara para desarrollar los conocimientos aprendidos en protección y gestión de la propiedad intelectual, en organización y administración de eventos musicales y en Social Media Management entre otras muchas actividades. Así podrás desenvolverte en el ámbito musical con una gran especialización en la materia, asesorando y trabajando tanto para empresas discográficas como para artistas independientes o departamentos de comunicación musical.

salidas laborales

Cuando finalice el Master en Gestión de la Industria Musical el alumnado estará capacitado para ocupar puestos de distinta índole dentro del sector. Así podrá desenvolverse como promotor, organizador de eventos musicales, representante de artistas, trabajar en una discográfica o en los departamentos de comunicación de cualquier organización relacionada con el ámbito musical.

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 'Protección Propiedad Intelectual'
- Manual teórico 'Social Media Management'
- Manual teórico 'Gestión, Auditoría y Derechos Digitales en LOPDGDD'
- Manual teórico 'Gestión de Festivales de Música en Directo'
- Manual teórico 'Industria Musical: Gestión Empresarial, Intelectual y Recursos Humanos'
- Manual teórico 'Contabilidad y Finanzas en Empresas Musicales'
- Manual teórico 'Branding y Gestión de Marca en la Industria Musical'
- Manual teórico 'Propiedad Intelectual'



profesorado y servicio de tutorías

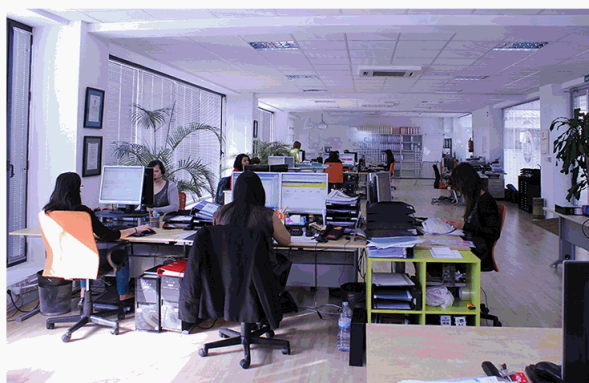
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “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. PROPIEDAD INTELECTUAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO LEGAL NACIONAL E INTERNACIONAL

- 1.Introducción
- 2.Marco legal nacional
- 3.Marco legal internacional
- 4.Ámbito de aplicación de la normativa de propiedad intelectual

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTO DE AUTOR

- 1.Concepto de autor
- 2.Derechos de autor
- 3.Supuestos especiales de autoría

UNIDAD DIDÁCTICA 3. OBRAS OBJETO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

- 1.Introducción
- 2.Originalidad de las obras
- 3.Tipos de obras

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DERECHOS DE AUTOR

- 1.Introducción
- 2.Derechos morales
- 3.Derechos patrimoniales o de explotación
- 4.Otros derechos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DURACIÓN Y CÓMPUTO DE LOS DERECHOS DE AUTOR

- 1.Duración y cómputo de los derechos de autor
- 2.Límites a los derechos de autor
- 3.Regla de los tres pasos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DERECHOS AFINES O DERECHOS CONEXOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

- 1.Introducción
- 2.Artistas intérpretes o ejecutantes
- 3.Productores de fonogramas
- 4.Productores de grabaciones audiovisuales
- 5.Entidades de radiodifusión
- 6.Meras fotografías
- 7.Obras inéditas en dominio público y obras no protegidas
- 8.Derecho «sui generis» sobre las bases de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TRANSMISIÓN DE LOS DERECHOS DE AUTOR. CONTRATOS

- 1.Transmisión «mortis causa»
- 2.Transmisión «inter vivos» en general
- 3.Transmisión de los derechos del autor asalariado
- 4.Contrato de edición
- 5.Contrato de edición musical
- 6.Contrato de representación teatral y ejecución musical
- 7.Obras cinematográficas y demás obras audiovisuales

MÓDULO 2. PROTECCIÓN PROPIEDAD INTELECTUAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ENTIDADES DE GESTIÓN

- 1.Las Entidades de Gestión: Aproximación
- 2.Obligaciones de las entidades de gestión
- 3.Tarifas de las Entidades de Gestión
- 4.Contrato de Gestión
- 5.Autorización del Ministerio de Cultura
- 6.Estatutos de las Entidades de Gestión

- 7.Reparto, pago y prescripción de derechos
- 8.Función social y desarrollo de la oferta digital legal
- 9.Acuerdos de representación recíproca entre Entidades de Gestión
- 10.Contabilidad y Auditoría de las Entidades de Gestión
- 11.Régimen sancionador de las Entidades de Gestión: Infracciones y Sanciones
- 12.Facultades de las Administraciones Públicas sobre las Entidades de Gestión
- 13.Entidades de Gestión en España

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEFENSA EN VÍA ADMINISTRATIVA

- 1.Defensa en vía Administrativa: Antecedentes
- 2.Actual Comisión de Propiedad Intelectual
- 3.Mediación y arbitraje en Propiedad Intelectual

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ACCIONES CIVILES

- 1.Tutela civil en la Propiedad Intelectual: Diligencias preliminares y medidas de aseguramiento de la prueba
- 2.Medidas cautelares
- 3.Valoración del daño e indemnización por violación de derechos de propiedad intelectual
- 4.Procedimiento para la acción de infracción de derechos de Propiedad Intelectual
- 5.Ejercicio Resuelto: Procedimiento Civil de Propiedad Intelectual

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ACCIONES PENALES

- 1.Acciones Penales y Protección de la Propiedad Intelectual
- 2.El tipo penal básico
- 3.El tipo atenuado
- 4.El Tipo penal agravado
- 5.Modo de persecución de los delitos de propiedad intelectual
- 6.Responsabilidad penal de las personas jurídicas. Especial mención al Corporate Compliance

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROPIEDAD INTELECTUAL EN INTERNET

- 1.Propiedad Intelectual e Internet
- 2.Responsabilidad de los prestadores de servicios de la sociedad de la información
- 3.Operadores de redes y proveedores de acceso a internet
- 4.Copia temporal de los datos solicitados por los usuarios
- 5.Servicios de alojamiento o almacenamiento de datos
- 6.Enlaces a contenidos o instrumentos de búsqueda
- 7.Medidas cautelares en el caso de intermediarios
- 8.Video tutorial. Jurisprudencia aplicada al sector: Sentencia Svensson y Asunto Bestwater

MÓDULO 3. INDUSTRIA MUSICAL: GESTIÓN EMPRESARIAL, INTELECTUAL Y RECURSOS HUMANOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INDUSTRIA MUSICAL EN LA ACTUALIDAD

- 1.La industria musical en España en los últimos años

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA INDUSTRIA MUSICAL

- 1.Propiedad Intelectual
- 2.La ley de propiedad intelectual

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DERECHO MERCANTIL Y MÚSICA. ESPECIAL MENCIÓN A LAS ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS

- 1.Introducción al impuesto sobre sociedades
- 2.Impuesto sobre el valor añadido (IVA)

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA MUSICAL

- 1.Internacionalización de la industria musical

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ASPECTOS LABORALES EN LA CONTRATACIÓN DE ARTISTAS

- 1.Contratación de músicos y artistas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FISCALIDAD Y FACTURACIÓN EN LA INDUSTRIA MUSICAL

- 1.Facturación en la industria musical

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MÉTODOS DE FINANCIACIÓN DE LA INDUSTRIA MUSICAL

- 1.Nuevas formas de financiación
- 2.Normativa

MÓDULO 4. GESTIÓN DE FESTIVALES DE MÚSICA EN DIRECTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MÚSICA EN DIRECTO. LOS FESTIVALES EN LA ACTUALIDAD

- 1.Contextualización
- 2.Historia de los festivales en España
- 3.Factores clave en los festivales musicales
- 4.Misión y orientaciones de un festival
- 5.Impacto turístico
- 6.Impacto económico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE FESTIVALES

- 1.Aspectos a tener en cuenta
- 2.Actividades clave a la hora de organizar un festival de música
- 3.Pasos a seguir para la organización de un festival de música

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS TÉCNICOS

- 1.Derechos de autor y SGAE
- 2.Grabación de las actuaciones
- 3.Derechos de imagen
- 4.Web del festival
- 5.Permisos, licencias y seguros
- 6.Marca registrada

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATACIÓN

- 1.Tipo de contratación
- 2.Proceso de contratación
- 3.Contratación de artistas extranjeros
- 4.Estructura de un contrato por parte de la organización
- 5.Contratación pública: Licitaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DE FESTIVALES

- 1.Ingresos, gastos y presupuesto
- 2.Políticas de precios y abonos
- 3.Patrocinadores
- 4.Reventa de entradas
- 5.IVA y control de facturas
- 6.Incentivos fiscales para la música en directo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONSUMIDORES Y USUARIOS: NORMATIVA DE APLICACIÓN EN EL SECTOR

- 1.Derechos del público
- 2.Protección de datos
- 3.Hojas de reclamación y denuncias ante Consumo

MÓDULO 5. CONTABILIDAD Y FINANZAS EN EMPRESAS MUSICALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN FINANCIERA Y CONTABLE DE EMPRESAS MUSICALES

- 1.Obligaciones contables
- 2.Gestión fiscal
- 3.Gestión financiera

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

- 1.Confección de las cuentas anuales
- 2.Balance
- 3.Cuenta de Resultado del ejercicio
- 4.Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
- 5.Estado de Flujos de Efectivo

6. Memoria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN PRESUPUESTARIA

1. El proceso de planificación en la empresa
2. Estructura del control: concepto y definición de los centros de responsabilidad
3. Organización del proceso presupuestario
4. Ejercicio resuelto: "Dossier de seguimiento presupuestario"

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUENTES PRINCIPALES DE FINANCIACIÓN. ESPECIAL MENCIÓN A LOS NUEVOS MÉTODOS DE FINANCIACIÓN COLABORATIVOS

1. Las fuentes de financiación
2. Fuentes de financiación colaborativa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OPERACIONES SOCIETARIAS MÁS COMUNES EN LA INDUSTRIA MUSICAL

1. El régimen de artistas y profesionales taurinos de la Seguridad Social
2. Constituir una sociedad civil o comunidad de bienes (con o sin personalidad jurídica)
3. Otras figuras "jurídico-laborales" para artistas y grupos musicales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SUBVENCIONES A LA INDUSTRIA MUSICAL

1. El interés público en la industria musical a través del INAEM
2. Líneas de ayuda
3. Requisitos
4. Gastos subvencionables
5. Cuantía de las ayudas
6. Compatibilidad con otras fuentes de financiación
7. Criterios de valoración y puntuación de los proyectos
8. Music Moves Europe

MÓDULO 6. GESTIÓN, AUDITORÍA Y DERECHOS DIGITALES EN LOPDGDD

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 2. Ámbito de aplicación del RGPD
2. Definiciones
3. Sujetos obligados
4. Ejercicio Resuelto. Ámbito de Aplicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NORMATIVAS SECTORIALES AFECTADAS POR LA PROTECCIÓN DE DATOS

1. Normativas sectoriales sobre Protección de Datos
2. Sanitaria, Farmacéutica, Investigación
3. Protección de los menores
4. Solvencia Patrimonial
5. Telecomunicaciones
6. Videovigilancia
7. Seguros, Publicidad y Otros

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRINCIPIOS DE LA PROTECCIÓN DE DATOS

1. Binomio derecho/deber en la protección de datos
2. La licitud del tratamiento de datos
3. La lealtad y transparencia
4. Finalidad del tratamiento de los datos: limitación
5. La minimización de datos

6.La exactitud y Conservación de los datos personales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LEGITIMACIÓN PARA EL TRATAMIENTO DE LOS DATOS PERSONALES EN EL RGPD

1.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 6. 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, cancelación (Olvido)

4.Oposición

5.Decisiones Individuales Automatizadas

6.Portabilidad de los Datos

7.Limitación del Tratamiento

8.Excepciones a los derechos

9.Casos específicos

10.Ejercicio resuelto. Ejercicio de Derechos por los Ciudadanos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL: MEDIDAS DE CUMPLIMIENTO EN EL RGPD

1.Las Políticas de Protección de Datos

2.Posición jurídica de los intervinientes. Responsables, corresponsables, encargados, subencargado del tratamiento sus representantes. Relaciones entre ellos y formalización

3.El registro de actividades de tratamiento: identificación y clasificación del tratamiento de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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 9. EL DELEGADO DE PROTECCIÓN DE DATOS (DPD, DPO O DATA PRIVACY OFFICER)

1.El Delegado de Protección de Datos (DPD)

2.Designación. Proceso de toma de decisión. Formalidades en el nombramiento, renovación y cese. Análisis de conflicto de intereses

3.Ejercicio de funciones: Obligaciones y responsabilidades. Independencia. Identificación y reporte a dirección

4.El DPD en el desarrollo de Sistemas de Información

5.Procedimientos. Colaboración, autorizaciones previas, relación con los interesados y gestión de reclamaciones

6.Comunicación con la autoridad de protección de datos

7.Competencia profesional. Negociación. Comunicación. Presupuestos

8.Capacitación y Desempeño del DPD: Formación, Habilidades personales, Trabajo en equipo, Liderazgo, Gestión de equipos

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

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA AUDITORÍA DE PROTECCIÓN DE DATOS

- 1.La auditoría en protección de datos
- 2.El Proceso de auditoría. Cuestiones generales y aproximación a la auditoría. Características básicas de la Auditoría
- 3.Elaboración del informe de auditoría. Aspectos básicos e importancia del informe de auditoría
- 4.Ejecución y seguimiento de acciones correctoras

UNIDAD DIDÁCTICA 12. AUDITORÍA DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

- 1.La función de la Auditoría en los Sistemas de Información. Conceptos básicos. Estándares y Directrices de Auditoría de SI
- 2.Control interno y mejora continua. Buenas prácticas. Integración de la auditoría de protección de datos en la auditoría de SI
- 3.Planificación, ejecución y seguimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA GESTIÓN DE LA SEGURIDAD DE LOS TRATAMIENTOS

- 1.Eschema Nacional de Seguridad ISO/IEC 2. Gestión de la Seguridad de los Activos. Seguridad lógica y en los procedimientos. Seguridad aplicada a las TI y a la documentación
- 2.Recuperación de desastres y continuidad de negocio. Protección de Activos Técnicos y Documentales. Planificación y Gestión de la recuperación de desastres

UNIDAD DIDÁCTICA 14. DERECHOS BÁSICOS EN EL ENTORNO DIGITAL

- 1.Introducción. Los Derechos Digitales en la era digital
- 2.Derecho a la Neutralidad de Internet
- 3.Derecho de Acceso Universal de Internet
- 4.Ejercicio Resuelto: Derecho de Acceso universal a Internet
- 5.Derecho a la Seguridad Digital
- 6.Derecho a la Educación digital

UNIDAD DIDÁCTICA 15. DERECHOS DIGITALES RELACIONADOS CON LA PROTECCIÓN DE DATOS

- 1.Derecho de Rectificación en Internet
- 2.Derecho a la Actualización de informaciones en medios de comunicación digitales
- 3.Derecho al Olvido en Búsquedas de Internet

MÓDULO 7. BRANDING Y GESTIÓN DE MARCA EN LA INDUSTRIA MUSICAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES UNA MARCA? DEFINICIÓN E INTEGRANTES

- 1.¿Qué es una marca?
- 2.Personalidad y estructura de la marca

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE CREACIÓN DE LA MARCA

- 1.La planificación estratégica
- 2.Brand Equity o el valor de marca
- 3.Marcas corporativas y marca producto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA MARCA Y SU COMUNICACIÓN

- 1.Métodos tradicionales de comunicación
- 2.La presencia de la marca en el medio online
- 3.La imagen cómo comunicadora

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS Y GESTIÓN DE MARCA

- 1.Modelo de arquitectura de marcas
- 2.El brand manager como gestor
- 3.Brand meaning management - identidad de marca 3.0
- 4.El storytelling
- 5.Branded content y product placement
- 6.Personal branding - cómo crear tu propia marca
- 7.Otras manifestaciones - cool hunting, detección de insight

- 8.El packaging como motivo de compra
- 9.Merchandising o la marca convertida en producto
- 10.Servicios de información tecnológica de la OEPM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BRANDING E INDUSTRIA MUSICAL

- 1.Cambio de Modelo en la Industria Musical
- 2.Marcas, Industria Musical y Marketing de Experiencias
- 3.Music Branding

MÓDULO 8. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

- 1.Primeros pasos con Facebook
- 2.Facebook para empresas
- 3.Configuración de la Fanpage
- 4.Configuración de mensajes: Facebook Messenger
- 5.Tipo de publicaciones
- 6.Creación de eventos
- 7.Facebook Marketplace
- 8.Administración de la página
- 9.Facebook Insights
- 10.Centro de cuentas, Facebook Business Suite, Facebook Business Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

- 1.Introducción a Instagram
- 2.Instagram para empresas
- 3.Creación de contenido
- 4.Uso de Hashtags
- 5.Instagram Stories
- 6.Herramientas creativas
- 7.Colaboración con influencers
- 8.Principales estadísticas
- 9.Actualizaciones de instagram
- 10.Funcionalidades de la versión de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE X CORP

- 1.Introducción a X Corp.
- 2.Elementos básicos de X Corp.
- 3.X Corp para empresas
- 4.Servicio de atención al cliente a través de X Corp.
- 5.Contenidos
- 6.Uso de Hashtags y Trending Topic
- 7.X Corp. Analytics
- 8.TweetDeck
- 9.Audiense
- 10.Hootsuite

11.11. Funcionalidades de la versión premium

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

- 1.Introducción a LinkedIn
- 2.Linkedin para empresas
- 3.Creación de perfil y optimización
- 4.Grupos
- 5.SEO para LinkedIn
- 6.Analítica en LinkedIn
- 7.Linkedin Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

- 1.Introducción a Youtube
- 2.Vídeo Marketing
- 3.Crear una canal de empresa
- 4.Optimización del canal
- 5.Creación de contenidos
- 6.Gestión de comentarios
- 7.Youtube Analytics
- 8.Youtube vs Vimeo
- 9.Keyword Tool
- 10.Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITCH

- 1.Introducción a Twitch
- 2.El éxito de Twitch
- 3.Generar suscriptores en Twitch
- 4.Contenidos y recomendaciones
- 5.Twitch e influencers
- 6.Streamlabs
- 7.Publicidad en Twitch
- 8.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE TIKTOK

- 1.¿Qué es y cómo funciona Tiktok?
- 2.Creación de contenido en TikTok
- 3.Estrategias para ganar seguidores (hashtags, likes, challenges...)
- 4.El papel del marketing en Tiktok
- 5.Tiktok e influencers
- 6.Tiktok Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

- 1.Introducción a Facebook Ads
- 2.Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
- 3.Segmentación: públicos
- 4.Presupuesto
- 5.Formatos de anuncios
- 6.Ubicaciones
- 7.Administrador de anuncios
- 8.Seguimiento y optimización de anuncios
- 9.Pixel de Facebook
- 10.Cómo gestionar publicidad de Instagram desde el administrador de anuncios de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- X CORP. ADS

- 1.Objetivos publicitarios
- 2.Audiencias en X Corp
- 3.Tipos de anuncios

- 4.Administrador de anuncios
- 5.Creación de campañas y optimización
- 6.X Corp. Cards
- 7.Instalación código de seguimiento
- 8.Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

- 1.Introducción a LinkedIn Ads
- 2.Formatos de anuncios
- 3.Objetivos publicitarios
- 4.Creación de campañas
- 5.Segmentación
- 6.Presupuesto
- 7.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

- 1.Ventajas de la publicidad en Youtube
- 2.Youtube y Google Adwords
- 3.Tipos de anuncios en Youtube
- 4.Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
- 5.Creación de anuncios desde Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TIKTOK ADS

- 1.Introducción a TikTok Ads Manager
- 2.Creación de una campaña de publicidad en TikTok
- 3.Tipos de contenidos y herramientas clave
- 4.Seguimiento y monitorización de los resultados

MÓDULO 9. PROYECTO FINAL DE MÁSTER