



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Gestión y Tecnologías de Procesos de Negocio + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

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

Máster en Gestión y Tecnologías de Procesos de Negocio + Titulación Universitaria

duración total: 1.500 horas **horas teleformación:** 450 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Actualmente, y debido al auge competitivo de las empresas, se ven inmersas en un ambiente de continuos cambios que les permitan ser ágiles y eficaces a la hora de gestionar sus procesos de negocio. Por ello, el Máster en Gestión y Tecnologías de Procesos de Negocio, persigue la optimización de la estrategia y eficiencia competitiva del negocio con la integración real de las tecnologías en las empresas, pero teniendo presente el cumplimiento de la normativa existente.



a quién va dirigido

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

objetivos

- Dotar al alumnado de las herramientas que le permitan la adquisición de conocimientos y competencias tecnológicas necesarias para innovar y adaptar los procesos de negocio.
- Conocer de los aspectos esenciales y pormenorizadas del marketing en la gestión empresarial.
- Permitir el desarrollo de un pensamiento crítico y técnico en la gestión de los negocios.
- Adquirir un conocimiento esencial de las tecnologías aplicadas a la gestión de los Recursos Humanos.
- Atender a la innovación como proceso estratégico en relación con el cliente.
- Analizar la necesidad del sector legal, la gestión de la ciberseguridad y la importancia del Business Intelligence para mejorar el proceso de toma de decisiones en una empresa.

para qué te prepara

El Máster en Gestión y Tecnologías de Procesos de Negocio te prepara para afrontar los continuos cambios tecnológicos de rigurosa implantación en las empresas, para saber abordar y gestionar la innovación, creatividad, dirección, planificación e implementación, en los procesos de negocio, de las tecnologías dentro de cualquier departamento empresarial. Todo ello con el uso de distintas técnicas y métodos tecnológicos, pero pasando siempre por un control normativo de obligado cumplimiento que requiere de profesionales meticulosos y expertos.

salidas laborales

Experto en dirección de procesos de negocio.; Analista y consultor de procesos de negocio; Director de innovación y creación tecnológica; Responsable de Business Intelligence.

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 'Componentes del Marketing Digital'
- Manual teórico 'Introducción al Marketing Digital'
- Manual teórico 'Derecho de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación'
- Manual teórico 'Business Intelligence: Datos, Información y Conocimiento'
- Manual teórico 'Digitalización en Recursos Humanos'
- Manual teórico 'El Negocio Digital'
- Manual teórico 'Gestión de Equipos en las Empresas'
- Manual teórico 'Reclutamiento, Selección y Captación del Talento'



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 inesem 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. EL NEGOCIO DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL NEGOCIO DIGITAL

- 1.Los nuevos modelos de negocio de la era digital
- 2.Características y transformación en los nuevos entornos empresariales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE CREACIÓN DEL NEGOCIO ONLINE

- 1.Cómo iniciar un proyecto de negocios online
 - 1.- Videotutorial: El desarrollo del negocio digital
- 2.El análisis de la solidez del futuro del negocio online
- 3.Objetivos: ¿Tienda virtual, escaparate o canal de comunicación?
- 4.Riesgos antes de comenzar con el negocio online
- 5.Casos de éxito: Negocios que funcionan en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CLIENTE DIGITAL

- 1.Cliente Digital
- 2.Marketing Digital, Reputación y Marca
- 3.Desarrollo de Clientes en la nueva era digital
- 4 Metodologías BB
- 5.Habilidades de Comunicación
- 6.Social Media Strategy
 - 1.- Videotutorial: Social Media Strategic
- 7.Mobile Business
- 8.Comercio Electrónico
- 9.Posicionamiento en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS NUEVAS APTITUDES DIGITALES

- 1.Community Manager, Chief Data Officer, Data Protection Officer, Data Scientist
- 2.Desarrollo de competencias informáticas
- 3.Función de RR HH en la transformación digital de la empresa: formación, acompañamiento

MÓDULO 2. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

- 1.Introducción
- 2.Marketing electrónico o 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. FORMAS DEL MARKETING EN INTERNET

- 1.Las 4F's del Marketing Online: Flujo, funcionalidad, feedback y fidelización
- 2.Tipos de Marketing Online
- 3.El marketing como medio para conseguir unos objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN MARKETING DIGITAL

- 1.Marketing digital vs. Marketing tradicional: ventajas y características
- 2.Investigación comercial en marketing digital: recoger información
- 3.Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
- 4.Estrategia de marketing digital
- 5.Estrategia de Marketing Online

MÓDULO 3. COMPONENTES DEL MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESAS DIGITALES Y MARKETING MIX

- 1.Marketing Mix: dimensiones y variables
- 2.Producto

- 3.Precio
- 4.Distribución
- 5.Comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE INTERNET

- 1.El comportamiento de navegación y compra del internauta
- 2.Los estímulos de marketing en los consumidores e internautas
- 3.Elaboración de estrategias adaptadas al comportamiento del internauta
- 4.VARIABLES que inciden en el comportamiento del internauta

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BRANDING Y POSICIONAMIENTO EN INTERNET

- 1.Estrategia en la economía digital
- 2.Digital Branding Management
- 3.Digital Customer Experience
- 4.Promoción web
- 5.Mobile Marketing y Nuevas tendencias

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE MARKETING DIGITAL

- 1.El plan de marketing digital: Mapa de rutas
- 2.Análisis de la competencia: estrategias empresariales
- 3.Análisis de la demanda: Monitoricemos gustos, preferencias, usos y costumbres
- 4.Análisis DAFO
- 5.Objetivos y estrategia del plan de marketing digital
- 6.Estrategias básicas: segmentación, posicionamiento y definición de objetivos
- 7.La Imagen de marca
- 8.Captación y fidelización de usuarios
- 9.Integración del plan de marketing digital en la estrategia de marketing de la empresa

MÓDULO 4. RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN Y CAPTACIÓN DEL TALENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRATEGIA DE RECLUTAMIENTO 3.0 Y EMPLOYER BRANDING

- 1.El uso de las nuevas tecnologías en la búsqueda de trabajo
- 2.Aspectos básicos para el Employer Branding
- 3.Atracción y retención de talento
- 4.Pilares para la atracción y retención de talento
- 5.Desarrollo del talento
- 6.Atracción y retención de talento en la era digital
- 7.Canal de empleo corporativo o Career Site
- 8.Casos prácticos reales de EB

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INBOUND RECRUITMENT

- 1.Atracción
- 2.Conversión
- 3.Contratación
- 4.Fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MOBILE RECRUITMENT

- 1.Conceptualización del reclutamiento móvil
- 2.Beneficios del mobile recruitment
- 3.Estrategias Mobile Hunting
- 4.Software de Reclutamiento y/o ATS (Applicant Tracking System)
- 5.Apps para la captación, selección y retención del talento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SOCIAL MEDIA RECRUITING

- 1.Redes sociales y búsqueda de empleo
- 2.Huella digital
- 3.E- Recruitment
- 4.Job Posting
- 5.Blogging

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SELECCIÓN DE PERSONAL A TRAVÉS DE LINKEDIN

- 1.Introducción a LinkedIn Business
- 2.Perfil de empresa
- 3.Linkedin Recruiter
- 4.Anuncios "Trabaja con nosotros" de LinkedIn
- 5.Talent Pipeline
- 6.Recruiter Mobile
- 7.Talent Insights e Inteligencia Artificial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SELECCIÓN DE PERSONAL A TRAVÉS DE FACEBOOK

- 1.Introducción a Facebook Business
- 2.Página de empresas
- 3.Estrategia de contenido
- 4.Grupos e interacción
- 5.Reputación Online
- 6.Publicar ofertas de empleo
- 7.Chatbots y atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SELECCIÓN PERSONAL A TRAVÉS DE TWITTER

- 1.Introducción a Twitter Business
- 2.Perfil de empresa
- 3.Búsqueda del talento
- 4.Twitter Ads: ofertas de empleo

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PORTALES DE EMPLEO

- 1.Introducción a los portales de empleo
- 2.Portales de empleo Generalistas: Infojobs, Infoempleo e Indeed
 - 1.- Infojobs
 - 2.- Infoempleo
 - 3.- Indeed
- 3.Portales de Primer Empleo: Primer Empleo, Student Job y Experteer
 - 1.- Primer Empleo
 - 2.- Student Job
 - 3.- Experteer
- 4.Portales por profesión o sector
 - 1.- Portales de empleo especializados en ofertas de turismo y hostelería
 - 2.- Portales de empleo especializados en perfiles relacionados con las nuevas tecnologías
 - 3.- Otros portales por sector o profesión
- 5.Portales Internacionales

MÓDULO 5. DIGITALIZACIÓN EN RECURSOS HUMANOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

- 1.Introducción a la transformación digital
- 2.Concepto de innovación
- 3.Concepto de tecnología
- 4.Tipología de la tecnología
- 5.Punto de vista de la ventaja competitiva
- 6.Según su disposición en la empresa
- 7.Desde el punto de vista de un proyecto
- 8.Otros tipos de tecnología
- 9.La innovación tecnológica
- 10.Competencias básicas de la innovación tecnológica
- 11.El proceso de innovación tecnológica
- 12.Herramientas para innovar
- 13.Competitividad e innovación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CULTURA DIGITAL

- 1.Liderazgo y empresa digital
- 2.Nuevas formas de dirigir equipos en la era digital
- 3.Nuevas formas de trabajo
- 4.Competencias para el trabajo en la era digital
- 5.Gestión del conocimiento
- 6.Gestión del Talento en los nuevos Modelos de Organización
- 7.Gestión de equipos de alto rendimiento
- 8.Cultura Empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA SOCIEDAD 3.0

- 1.Filosofía Web 3.0 y su impacto en el mundo empresarial
- 2.Socialización de la Web
- 3.Adaptación del mundo empresarial a las Nuevas tecnologías

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPETENCIAS DIGITALES

- 1.Community Manager, Chief Data Officer, Data Protection Officer, Data Scientist
- 2.Desarrollo de competencias informáticas
- 3.Función de RR HH en la transformación digital de la empresa: formación, acompañamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIA DE RECLUTAMIENTO 3.0 Y EMPLOYER BRANDING

- 1.El uso de las nuevas tecnologías en la búsqueda de trabajo
- 2.Aspectos básicos para el Employer Branding
- 3.Atracción y retención de talento
- 4.Pilares para la atracción y retención de talento
- 5.Desarrollo del talento
- 6.Atracción y retención de talento en la era digital
- 7.Canal de empleo corporativo o Career Site
- 8.Casos prácticos reales de EB

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INBOUND RECRUITMENT

- 1.Atracción
- 2.Conversión
- 3.Contratación
- 4.Fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MOBILE RECRUITMENT

- 1.Conceptualización del reclutamiento móvil
- 2.Beneficios del mobile recruitment
- 3.Estrategias Mobile Hunting
- 4.Software de Reclutamiento y/o ATS (Applicant Tracking System)
- 5.Apps para la captación, selección y retención del talento

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL PROCESO EN DESIGN THINKING

- 1.Creatividad y desarrollo de nuevos productos
- 2.Premisas fundamentales
- 3.El proceso de innovación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN AL BIG DATA

- 1.¿Qué es Big Data?
- 2.La era de las grandes cantidades de información. Historia del big data
- 3.La importancia de almacenar y extraer información
- 4.Big Data enfocado a los negocios
- 5.Open Data
- 6.Información pública
- 7.IoT (Internet of Things-Internet de las cosas)

UNIDAD DIDÁCTICA 10. INTERNET DE LAS COSAS

- 1.Contexto Internet de las Cosas (IoT)

2. ¿Qué es IoT?
3. Elementos que componen el ecosistema IoT
4. Arquitectura IoT
5. Dispositivos y elementos empleados
6. Ejemplos de uso
7. Retos y líneas de trabajo futuras

UNIDAD DIDÁCTICA 11. CRM

1. Fases del proceso de un CRM
2. Beneficios y ventajas
3. Implementación
4. ¿Está preparada tu empresa?
5. Errores más frecuentes
6. CRM para solucionar problemas de la empresa

MÓDULO 6. GESTIÓN DE EQUIPOS EN LAS EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS RELACIONES GRUPALES

1. El funcionamiento del grupo: principios, condiciones y relaciones
2. Los roles. El desempeño de funciones en el grupo
3. El liderazgo en el grupo: aproximación, estilos y papel del líder
4. La comunicación grupal

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA DINÁMICA DE GRUPOS

1. Aproximación a las dinámicas de grupos
2. Las técnicas grupales: Definición, objetivos y utilidades
3. Criterios de clasificación de las técnicas grupales
4. Criterios de selección y aplicación de las técnicas grupales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS TÉCNICAS GRUPALES EN LA ORGANIZACIÓN

1. Técnicas adecuadas para grupos grandes: Asamblea, congreso y conferencia
2. Técnicas adecuadas para grupos medianos: grupo de discusión, comisión y mesa redonda
3. Técnicas adecuadas para grupos pequeños: clínica del rumor y cuchicheo
4. Técnicas de trabajo o producción grupal: Role-playing, Phillips 6.6., foro y diálogos simultáneos
5. Técnicas de dinamización grupal: iniciación, conocimiento y estímulo de la creatividad
6. Técnicas para el estudio y trabajo de temas
7. Técnicas de evaluación grupal

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN, DESARROLLO Y CIERRE DE LA REUNIÓN

1. Presentar la información
2. ¿Cómo formular y responder preguntas?
3. La importancia de fomentar la intervención de los participantes
4. Reuniones presenciales y a distancia: Utilización de medios técnicos y audiovisuales
5. El cierre de la reunión: análisis y concreción de resultados
6. El acta de la reunión: constancia documental

UNIDAD DIDÁCTICA 5. HABILIDADES SOCIALES PARA LA GESTIÓN DE GRUPOS

1. Las habilidades sociales: definición y características
2. La asertividad: conceptualización y entrenamiento asertivo
3. La empatía: componentes
4. La escucha activa y la comunicación
5. La autoestima: aproximación y técnicas de mejora

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL LIDERAZGO Y EL TRABAJO EN EQUIPO

1. Aptitudes y cualidades que debe poseer un líder
2. Funciones esenciales del líder
3. Funciones complementarias del líder
4. Trabajo en Equipo y Equipos de trabajo. Aproximación y diferencias
5. Ventajas del trabajo en equipo

6. Técnicas y habilidades personales y sociales necesarias para el trabajo en equipo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FUNCIONAMIENTO DE UN EQUIPO: MEJORAS

1. Programa de entrenamiento: métodos de aprendizaje
2. Técnicas de trabajo en equipo

MÓDULO 7. BUSINESS INTELLIGENCE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MINERÍA DE DATOS O DATA MINING Y EL APRENDIZAJE AUTOMÁTICO

1. Introducción a la minería de datos y el aprendizaje automático
2. Proceso KDD
3. Modelos y Técnicas de Data Mining
4. Áreas de aplicación
5. Minería de textos y Web Mining
6. Data mining y marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DATAMART. CONCEPTO DE BASE DE DATOS DEPARTAMENTAL

1. Aproximación al concepto de DataMart
2. Bases de datos OLTP
3. Bases de Datos OLAP
4. MOLAP, ROLAP & HOLAP
5. Herramientas para el desarrollo de cubos OLAP

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DATAWAREHOUSE O ALMACÉN DE DATOS CORPORATIVOS

1. Visión General. ¿Por qué DataWarehouse?
2. Estructura y Construcción
- 3.3. Fases de implantación
4. Características
5. Data Warehouse en la nube

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTELIGENCIA DE NEGOCIO Y HERRAMIENTAS DE ANALÍTICA

1. Tipos de herramientas para BI
2. Productos comerciales para BI
3. Productos Open Source para BI

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BUSINESS INTELLIGENCE CON POWERBI

1. Business Intelligence en Excel
2. Herramienta Powerbi

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTA TABLEAU

1. Herramienta Tableau

UNIDAD DIDÁCTICA 7. HERRAMIENTA QLIKVIEW

1. Instalación y arquitectura
2. Carga de datos
3. Informes
4. Transformación y modelo de datos
5. Análisis de datos

MÓDULO 8. DERECHO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico

1. Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico
2. Servicios de la información
3. Servicios excluidos del ámbito de aplicación de la LSSI
4. Definiciones de la LSSI

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Cumplimiento normativo en la sociedad de la información

1. Sociedad de la Información: Introducción y ámbito normativo
2. Los Servicios en la Sociedad de la Información Principio, obligaciones y responsabilidades
3. Obligaciones ante los consumidores y usuarios

- 4.Compliance en las redes sociales
- 5.Sistemas de autorregulación y códigos de conducta
- 6.La conservación de datos relativos a las comunicaciones electrónicas y a las redes públicas de comunicaciones electrónicas y redes públicas de comunicaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Propiedad Intelectual y Firma Electrónica

- 1.Introducción a la Propiedad Intelectual
- 2.Marco Legal
- 3.Elementos protegidos de la Propiedad Intelectual
- 4.Organismos Públicos de la Propiedad Intelectual
- 5.Vías de protección de la Propiedad Intelectual
- 6.Medidas relativas a la Propiedad Intelectual para el compliance en la empresa
- 7.Firma Electrónica Tipos y normativa vigente
- 8.Aplicaciones de la firma electrónica

UNIDAD DIDÁCTICA 4. Contratación Electrónica

- 1.El contrato electrónico
- 2.La contratación electrónica
- 3.Tipos de contratos electrónicos
- 4.Perfeccionamiento del contrato electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. Publicidad Concepto de publicidad Procesos de comunicación publicitaria Técnicas de comunicación publicitaria

- 1.Concepto de publicidad
- 2.Procesos de comunicación publicitaria
- 3.Técnicas de comunicación publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 7. Libertad de Expresión e Información

- 1.Libertad de expresión
- 2.Libertad de información

UNIDAD DIDÁCTICA 8. Derecho al Honor, Derecho a la Intimidad y 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