



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



**INEAF**  
BUSINESS SCHOOL

**Curso Experto de Marketing Estratégico y Gestión de Firmas Jurídicas +  
Titulación Universitaria**





Elige aprender en la escuela  
**líder en formación online**

# ÍNDICE

1 | Somos INEAF

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA  
EDTECH  
Group

5 | Metodología  
LXP

6 | Razones por  
las que  
elegir Ineaf

7 | Financiación  
y Becas

8 | Métodos de  
pago

9 | Programa  
Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

## SOMOS INEAF

---

INEAF es una institución especializada en **formación online fiscal y jurídica**. El primer nivel de nuestro claustro y un catálogo formativo en constante actualización nos hacen convertirnos en una de las principales instituciones online del sector.

Los profesionales en activo y recién graduados reciben de INEAF una alta cualificación que se dirige a la formación de especialistas que se integren en el mercado laboral o mejoren su posición en este. Para ello, empleamos **programas formativos prácticos y flexibles con los que los estudiantes podrán compaginar el estudio con su vida personal y profesional**. Un modelo de formación que otorga todo el protagonismo al estudiante.

Más de

**18**

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](#)



**INEAF**  
BUSINESS SCHOOL



Fórmate, crece, desafía lo convencional,  
**Elige INEAF**



**QS, sello de excelencia académica**

INEAF: 5 estrellas en educación online

## RANKINGS DE INEAF

---

La empresa **INEAF** ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias a sus programas formativos y flexibles, así como un modelo de formación en el que el alumno es el protagonista.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean indicadores como la reputación online y offline, la calidad de la institución, el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)

## ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



**INEAF**  
BUSINESS SCHOOL

## BY EDUCA EDTECH

---

INEAF 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.



### ONLINE EDUCATION

---



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 INEAF

### 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 INEAF.

### 2. Nuestro Equipo

En la actualidad, INEAF cuenta con un equipo humano formado por más de **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

INEAF 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



**INEAF**  
BUSINESS SCHOOL

## 4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 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**.

## MÉTODOS DE PAGO

---

Con la Garantía de:



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



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)



**INEAF**  
BUSINESS SCHOOL

## Curso Experto de Marketing Estratégico y Gestión de Firmas Jurídicas + Titulación Universitaria



**DURACIÓN**  
450 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS**  
8 ECTS

### Titulación

---

Titulación expedida por el Instituto Europeo de Asesoría Fiscal (INEAF), avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM) "Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad."

### Descripción

---

Hoy en día, darse a conocer a nuestros posibles clientes gracias a la publicidad y la comunicación que se realiza desde la empresa hacia el consumidor es cada vez más complicado. A lo largo del curso experto de Marketing Estratégico y Gestión de Firmas Jurídicas vamos a ir analizando las diferentes cuestiones que entran en juego en este ámbito, tales como la comunicación, la publicidad como elemento comunicativo, controlar las tecnologías aplicadas en la prestación de servicios jurídicos y obtener las habilidades necesarias para liderar un despacho.

[Ver en la web](#)



**INEAF**  
BUSINESS SCHOOL

## Objetivos

---

- Adquirir competencias para realizar estudios de mercado.
- Entender la importancia de la comunicación como elemento de la publicidad.
- Saber aplicar las diferentes leyes y textos normativos que afectan al marketing digital y al entorno Web 3.0.
- Organizar la gestión de clientes en el sector jurídico y utilizando la estrategia CRM.
- Analizar las principales características de los distintos softwares para el sector jurídico.
- Dar a conocer la importancia que las relaciones sociales tienen en el ámbito laboral.

## A quién va dirigido

---

Este curso Experto de Marketing Estratégico y Gestión de Firmas Jurídicas va dirigido para titulados universitarios como para profesionales del sector, que estén interesados en recibir formación específica en: Publicistas, Expertos en Marketing y Abogados.

## Para qué te prepara

---

El curso Experto de Marketing Estratégico y Gestión de Firmas Jurídicas permitirá al alumnado conocer las todas las cuestiones relacionadas con el Marketing estratégico, el régimen Jurídico del Marketing Digital y te actualizará sobre las distintas tecnologías que se van implementando en el mercado que rodea el derecho jurídico.

## Salidas laborales

---

Asesor, Profesional legal, Departamento comercial de Grandes empresas y Pymes, Oficinas de comercio, Publicistas, Expertos en Marketing, Programadores, Despachos de Abogados.

[Ver en la web](#)

## TEMARIO

---

### MÓDULO 1. 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 2. RÉGIMEN JURÍDICO DEL MARKETING DIGITAL

[Ver en la web](#)



**INEAF**  
BUSINESS SCHOOL

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SISTEMA DE FUENTES EN MARKETING DIGITAL

1. Consideraciones previas. Amparo constitucional
2. Las fuentes del marketing digital
  1. - Ley General de Publicidad de 11 de noviembre de 1988
  2. - Ley de Competencia desleal de 10 de enero de 1991
  3. - Otros textos de referencia

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMUNICACIONES COMERCIALES ELECTRÓNICAS

1. Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
  1. - Referencia al Reglamento (UE) 2016/679 (RGPD)
2. Requisitos de información para los consumidores
  1. - Información de nuestra web
3. Seguridad de la información y las comunicaciones electrónicas
  1. - Seguridad en Internet
  2. - Firmas digitales
  3. - Certificado digital
  4. - La factura electrónica
4. Responsabilidad de las comunicaciones electrónicas

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRIVACIDAD Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

1. Marco legal y jurídico de la seguridad de la información
  1. - Normativa comunitaria sobre seguridad de la información
  2. - Normas sobre gestión de la seguridad de la información: Familia de Normas ISO 27000
  3. - Legislación española sobre 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
  1. - Las marcas y el marketing
3. Uso de contenidos de terceros. Agencias y clientes
  1. - Derechos de propiedad intelectual de terceros
  2. - Relación Agencia Cliente

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

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

2. - Sanciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING Y WEB 3.0

1. Acciones de marketing en la web 3.0
  1. - Creación de espacios 3.0
  2. - La protección de los menores en entornos 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
  1. - Investigación y monitorización de la reputación online
  2. - Prácticas de la gestión online
2. Riesgos de la reputación online. El efecto Streisand
  1. - Los riesgos de la reputación online
  2. - El efecto Streisand
3. Marco legal de la reputación online
  1. - La imagen corporativa
  2. - El derecho al olvido

MÓDULO 3. GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD

UNIDAD FORMATIVA 1. PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PUBLICIDAD

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA EMPRESA ANUNCIANTE

1. El Departamento de Publicidad en la empresa
2. Selección de la empresa publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA AGENCIA PUBLICITARIA

1. La Agencia de Publicidad
2. Estructura y funciones
3. Clasificación de agencias de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CANAL DE COMUNICACIÓN EN LA PUBLICIDAD

1. Concepto y clasificación
2. Medios publicitarios
3. Internet y publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PUBLICIDAD Y MARKETING

Ver en la web



**INEAF**  
BUSINESS SCHOOL

1. Publicidad y marketing
2. Animación y marketing
3. Marketing directo
4. Telemarketing

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

1. Estrategias Publicitarias
2. La estrategia creativa
3. Estrategia de medios

#### UNIDAD FORMATIVA 2. MARKETING

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING: EL MERCADO

1. Concepto de mercado
2. División de mercado
3. Tipos de mercado
4. Ciclo de vida del producto
5. El precio del producto
6. Ley de oferta y demanda
7. El precio y la elasticidad de demanda
8. Comercialización y mercado
9. Posicionamiento

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MARKETING EMPRESARIAL

1. Evolución del concepto y contenido del marketing
2. Alcance del marketing
3. Marketing y la dirección estratégica: las funciones de marketing estratégico y marketing operativo

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
3. Estructura del plan de Marketing
4. Etapas para elaborar un plan de Marketing

##### UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING SOCIAL

1. Características del Marketing Social
2. La Responsabilidad Social y la ética en el marketing
3. Tipos de marketing social
4. Marketing social y responsabilidad social

##### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1. La Responsabilidad Social Corporativa y la ética
2. Ética y comportamiento humano

Ver en la web

3. Tendencias actuales de la ética empresarial
4. El marco ético de la RSC
5. Elementos de la RSC
6. ¿Quién debe implementar la RSC? La peculiaridad de la PYME
7. La RSC en España
8. Concepto y tipología de los "stakeholders"
9. Herramientas de gestión de la RSC

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3. Funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
4. Los objetivos de un Community Manager
5. Tipos de Community Manager

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (I)

1. Medios sociales
2. Redes sociales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (II)

1. Blogs
2. Microblogging
3. Wikis
4. Podcast
5. Plataformas de vídeo
6. Plataformas de fotografía

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING VIRAL. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

1. ¿Qué es el marketing viral?
2. Procesos del marketing viral
3. La importancia de los contenidos en la Web
4. Estrategias de marketing y relaciones públicas
5. Marketing y las redes sociales

#### MÓDULO 4. TECNOLOGÍA Y SECTOR LEGAL

##### 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 I

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Administración Electrónica II

1. Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas
2. Funcionamiento Electrónico del Sector Público
3. Sede Electrónica y Portal Internet
  1. - Sele Electrónica
  2. - Portal Internet
4. Sistema de identificación de las Administraciones Públicas
5. Actuación Administrativa Automatizada. Sistema de firma
6. Firma electrónica del personal al servicio de las Administraciones Públicas
7. Intercambio electrónico de datos en entornos cerrados de comunicación
8. Aseguramiento e interoperabilidad de la firma electrónica
9. Archivo electrónico de documentos
10. Funcionamiento Electrónico de la Administración. Herramientas Disponibles

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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 5. Ciberseguridad y Cumplimiento Normativo I

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. Ciberseguridad y Cumplimiento Normativo II

1. Política de seguridad: Análisis y gestión de riesgos
  1. - Plan de implantación del SGSI
  2. - Análisis de riesgos: Introducción
  3. - Gestión de riesgos
2. 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

#### MÓDULO 5. 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
7. 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

#### MÓDULO 6. 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
  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

MÓDULO 7. SOFTWARE JURÍDICO: GESTIÓN DE CLIENTES, CASOS Y FACTURACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. OFTWARE 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 multidisciplinarios
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
  1. - Objetivo y beneficios de una estrategia CRM
  2. - Aplicaciones informáticas para CRM
  3. - Errores en la estrategia CRM
  4. - Registros de información
  5. - Sistemas de información, gestión y comunicación con clientes, operadores, empleados y Administraciones
3. Atención al cliente

4. Asistencia al cliente
5. Satisfacción del cliente
6. Quejas, objeciones y reclamaciones
  1. - Directrices en el tratamiento de quejas y objeciones
  2. - ¿Qué hacer ante el cliente?
  3. - ¿Qué no hacer ante el cliente?
  4. - Actitud ante las quejas y reclamaciones
  5. - Atención telefónica en el tratamiento de quejas
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
  1. - Civil
  2. - Penal
  3. - Mercantil
  4. - Derecho de familia
  5. - Administrativo
  6. - Derecho Sucesorio
  7. - Laboral y de la Seguridad Social
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
  1. - La dirección electrónica habilitada única
  2. - Suscripción de procedimientos
  3. - Consulta de procedimientos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONTRATOS INFORMÁTICOS

1. Contratos informáticos
2. Propiedades de contratos informáticos

3. Tipos de contratos informáticos
4. Cumplimiento de contratos informáticos

[Ver en la web](#)

## Solicita información sin compromiso

**iMatricularme ya!**

### Teléfonos de contacto

España		+34 900 831 200	Argentina		54-(11)52391339
Bolivia		+591 50154035	Estados Unidos		1-(2)022220068
Chile		56-(2)25652888	Guatemala		+502 22681261
Colombia		+57 601 50885563	Mexico		+52-(55)11689600
Costa Rica		+506 40014497	Panamá		+507 8355891
Ecuador		+593 24016142	Perú		+51 1 17075761
El Salvador		+503 21130481	República Dominicana		+1 8299463963

### !Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

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

 [formacion@euroinnova.com](mailto:formacion@euroinnova.com)

 [www.euroinnova.com](http://www.euroinnova.com)

### 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



**INEAF**  
BUSINESS SCHOOL



**INEAF**  
BUSINESS SCHOOL



By  
**EDUCA EDTECH**  
Group