



**EDUCA  
BUSINESS  
SCHOOL**



Titulación certificada por  
**EDUCA BUSINESS SCHOOL**



## Maestría Internacional en Manager Musical + Maestría Internacional en Propiedad Intelectual



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



## Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

## SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

## NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL** que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

## Maestría Internacional en Manager Musical + Maestría Internacional en Propiedad Intelectual



DURACIÓN:

1.200 horas



MODALIDAD:

Online



PRECIO:

1.795 \$

Incluye materiales didácticos,  
titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



## Titulación

Doble Titulación:

- Titulación de Maestría Internacional en Manager Musical con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional
- Titulación de Maestría Internacional en Propiedad Intelectual con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional



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

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, 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 (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



## Descripción

Maestría Internacional en Manager Musical + Maestría Internacional en Propiedad Intelectual [Ver Curso](#)

La representación y gestión de artistas y deportistas representa una gran oportunidad de negocio, ya que actualmente se trata de una actividad profesional en auge y con una elevada demanda de profesionales altamente cualificados. Por medio de la presente Maestría Internacional en Manager Musical se ofrecen al alumnado los conocimientos y habilidades profesionales adecuadas para dar respuesta a los diferentes desafíos a los que se enfrenta en su día a día el representante de deportistas y artistas.

Ante el creciente desarrollo que está experimentando el mercado laboral de la gestión de marcas, patentes y propiedad privada e industrial en un periodo muy reducido de tiempo, asistimos a un elevado déficit de profesionales cualificados en este sector. A través de la presente Maestría en Derecho de Propiedad Industrial e Intelectual se ofrece al alumnado una formación con la que optar a un amplio abanico de posibilidades laborales en una gran variedad de puestos, tanto dentro de las grandes empresas que poseen sus propios departamentos jurídicos como ofreciendo sus servicios por cuenta propia.

## Objetivos



Entre los principales objetivos a alcanzar a lo largo del presente master en representación y gestión de artistas y deportistas podemos destacar los siguientes: - Analizar el concepto de branding y gestión de marca. - Definir la marca personal y diseñar un plan de comunicación. - Conocer y aplicar las principales técnicas de Copywriting. - Gestión de la marca personal en el entorno online. - Aprender todo lo referente sobre la comunicación interna y externa de la empresa. - Conocer los aspectos esenciales de la publicidad y las relaciones públicas. - Adquirir todas las técnicas y conocimientos sobre redes sociales. - Introducir el coaching como una alternativa que modifique el estilo de vida personal del coachee, ofreciendo un camino de mejora de la calidad de vida. - Impulsar el desarrollo personal derivado de implantar una cultura de coaching. - Conocer la función de las administraciones públicas, entre las cuales se encuadran las entidades deportivas. - Determinar las obligaciones y derechos con los que cuentan estas entidades dentro del Proceso Administrativo. - Determinar el papel de las administraciones públicas. - Analizar la gestión de los distintos ámbitos de las artes plásticas y audiovisuales. - Conocer el marco jurídico español sobre la propiedad intelectual. - Afianzar conceptos y principios básicos relacionados con la propiedad intelectual. - Conocer todo lo referente sobre el IRPF. - Realizar labores relacionadas con el IVA o impuesto sobre sociedades.

Entre los principales objetivos del master en derecho de la propiedad industrial e intelectual podemos destacar los siguientes: - Conocer el marco jurídico español sobre la propiedad intelectual. - Afianzar conceptos y principios básicos relacionados con la propiedad intelectual. - Conocer los principales aspectos básicos de la contratación. - Analizar los contratos sobre patentes y marcas. - Identificar las cláusulas más frecuentes en los contratos de licencia. - Describir los principios básicos de la propiedad intelectual, la legislación que la regula y los pasos a seguir para el registro. - Enumerar las nociones generales de la propiedad industrial, los tipos de protección según su naturaleza y los fundamentos jurídicos que la regulan. - Conocer los principales derechos en este ámbito, como son el derecho de autor, el derecho de marcas, el derecho de patentes y el derecho de la competencia desleal. - Identificar y caracterizar los actos de competencia desleal. - Conocer las acciones a poner en marcha ante casos de competencia desleal. - Conocer la regulación vigente en materia de derechos de imagen. - Conocer el régimen jurídico general. - Aprender sobre la regulación del comercio electrónico. - Conocer los aspectos legales en las redes sociales. - Gestionar la innovación en la empresa. - Conocer los tipos de vigilancia tecnológica. - Clasificar las técnicas benchmarking.

## A quién va dirigido

Está dirigida a profesionales y estudiantes del ámbito del derecho y otros afines, interesados en ampliar o actualizar sus conocimientos en esta materia para especializarse en uno de los sectores laborales con mayor demanda de personal cualificado. De igual forma, la maestría se dirige a cualquier persona que por cuestiones personales o profesionales tenga interés en formarse en derecho de la propiedad industrial e intelectual.

## Para qué te prepara

Gracias a la Maestría Internacional en Manager Musical podrás los conocimientos y competencias profesionales en relación a los diferentes campos de actividad directa o indirectamente relacionados con la función de representación de artistas y deportistas profesionales, de forma que puedas alcanzar una perspectiva profesionalizada, realista y versátil sobre este ámbito profesional.

La presente Maestría en derecho de la propiedad industrial e intelectual te ofrece la formación necesaria para hacer frente a las diferentes situaciones que pueden darse en el día a día empresarial en relación a la gestión de la propiedad industrial e intelectual, la competencia desleal o el impacto de la irrupción de las TIC en estos conceptos.

## Salidas Laborales

Representante de artistas, representate de deportistas, representante profesional, representación y gestión de artistas y deportistas, representante de actores, representantes de cantantes, representante de futbolistas. Empresas con departamentos de I+D+i, propiedad industrial e intelectual, marketing y jurídico, departamentos de innovación, consultoras, bufetes de abogados, ingenierías, gabinetes de diseño, entidades de gestión, etc

## Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

- Tarjeta

Llama gratis al teléfono  
**(+34) 958 050 217** e  
infórmate de los pagos a  
plazos sin intereses que  
hay disponibles



## Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

**10% Beca Alumnos:** Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



## Metodología y Tutorización



El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



## Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



## Reinventamos la Formación Online



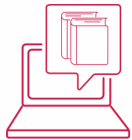
### Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



### Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



### Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



### Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



### Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



### Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



### Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



### Revista Digital

El alumnado puede 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, y otros recursos actualizados de interés.



### Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

## Acreditaciones y Reconocimientos



## Temario

# PARTE 1. MAESTRÍA INTERNACIONAL EN MANAGER MUSICAL

## MÓDULO 1. GESTIÓN DE LA MARCA PERSONAL: PERSONAL BRANDING

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA MARCA

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

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. CREACIÓN DE LA MARCA

1. La planificación estratégica
2. Valor de marca: Brand Equity
3. Marcas corporativas y marca producto

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN DE LA MARCA

1. Métodos tradicionales de comunicación
2. La marca en el medio online
3. Comunicación visual

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE MARCA

1. Modelo de arquitectura de marcas
2. El brand manager como gestor
3. Brand meaning management - identidad de marca
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
9. Merchandising o la marca convertida en producto
10. Servicios de información tecnológica de la OEPM

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN A LA MARCA PERSONAL**

1. Definir la marca personal y el estilo
2. Identificar a la audiencia objetivo
3. Idear tu propia página web
4. Creación de lista de contactos
5. Utilización del social media
6. Diseño y ejecución de un plan de comunicación
7. Herramientas y recursos

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DEL PERFIL EN LINKEDIN**

1. Introducción
2. Navegación
3. Plantear una estrategia
4. Creación y diseño del perfil
5. Información profesional
6. Networking y grupos
7. Consejos para aumentar la visibilidad
8. Búsqueda de empleo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. COPYWRITING APLICADO**

1. Introducción
2. Conectar con la audiencia
3. Call to action
4. Principales Técnicas
5. Apartado "Sobre mí"
6. Consejos SEO

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. PRODUCTIVIDAD PERSONAL**

1. Introducción
2. Clasificación de tareas
3. Procrastinación
4. Getting things done
5. Gestión de reuniones
6. El coste de oportunidad
7. Timeblocking
8. Extensiones de Chrome para aumentar la productividad



## MÓDULO 2. RELACIONES PÚBLICAS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

1. Definición de comunicación
2. Elementos y características de la comunicación
3. Teorías comunicativas según el contexto
4. Obstáculos comunicativos
5. Tipologías comunicativas

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

1. Habilidades de la conversación
2. Proceso de escucha
3. Importancia de la empatía en la comunicación
4. Reformulación de comunicaciones
5. Cómo lograr la aceptación incondicional
6. La habilidad de personalizar
7. La confrontación en la comunicación

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. Introducción a la comunicación en la empresa
2. Proceso y elementos de la comunicación
3. La calidad de las comunicaciones empresariales
4. Tipos de comunicaciones: Internas y externas
5. Tipologías de comunicación empresarial

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EMPRESARIAL

1. PCI o políticas de comunicación integral
2. Formación en comunicación de los directivos
3. Organización de actos públicos
4. Actitudes y comportamientos ante medios de comunicación

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LIDERAZGO EMPRESARIAL

1. Introducción al proceso directivo
2. Características y teorías de liderazgo

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN LABORAL

1. Conceptualización de motivación laboral
2. Características y teorías de la motivación laboral
3. Liderazgo y motivación
4. Logro de satisfacción laboral

### UNIDAD DIDÁCTICA 7. INICIACIÓN A LA NEGOCIACIÓN

1. Definición de negociación
2. Características generales de la negociación
3. Elementos fundamentales

4. Proceso de negociación y fases principales

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS FUNDAMENTALES DE NEGOCIACIÓN**

1. Definición de estrategias en negociación
2. Técnicas y tácticas de negociación
3. Elementos prácticos de la negociación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA IMPORTANCIA DEL SUJETO NEGOCIADOR**

1. Características de la personalidad del negociador
2. Habilidades fundamentales que debe desarrollar todo negociador
3. Propiedades del sujeto negociador
4. Tipos de sujetos negociadores

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING RELACIONAL**

1. Marketing transaccional vs. Marketing relacional
2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente
4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional
5. Conceptos integrados en el marketing relacional

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO BASE DEL MARKETING RELACIONAL**

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
2. Nivel de fidelidad de los clientes
3. Programas de fidelización
4. Objetivos de un programa de fidelización
5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales
6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES ONLINE**

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 13. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS EN LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN**

1. La base de datos
2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 14. LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES COMO PRINCIPAL HERRAMIENTA PARA CONOCER AL CLIENTE**

1. Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional

2. Criterios de segmentación
3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes
4. Segmentación en Internet
5. Geomarketing y segmentación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 15. MÉTRICAS EN MARKETING RELACIONAL**

1. La importancia de medir los resultados
2. Definición de un plan de investigación
3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
4. Métricas de clientes
5. Otros indicadores básicos

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 16. GENERACIÓN DE LEADS**

1. Estrategias para captar leads de calidad
2. Utilización de email marketing para captar leads
3. Utilización de buscadores para la generación de leads
4. El permission marketing

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 17. INTRODUCCIÓN Y 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 18. SOCIAL CRM**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 19. ATENCIÓN AL CLIENTE EN FACEBOOK**

1. Introducción
2. Escucha activa
3. Uso de chatbots en Facebook Messenger
4. Información de la Fanpage
5. Gestión de Comentarios
6. Reseñas o valoraciones

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 20. ATENCIÓN AL CLIENTE EN TWITTER**

1. Introducción
2. Información básica del perfil

3. Agregar un botón de mensaje
4. Configurar mensajes de bienvenida
5. Deep Links
6. Monitorización
7. Gestión de comentarios
8. Gestionar crisis de reputación en Twitter

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 21. ATENCIÓN AL CLIENTE EN INSTAGRAM**

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Instagram Direct
4. Gestión de comentarios
5. Herramientas de Análisis y monitorización

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 22. 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 23. LAS RELACIONES PÚBLICAS**

1. Introducción
2. Concepto y definición de relaciones públicas
3. Elementos de las relaciones públicas
4. Análisis de los públicos
5. El contexto económico empresarial actual: las relaciones públicas como práctica de la responsabilidad social
6. Implicaciones del marketing social en las relaciones públicas
7. La integración de las relaciones públicas en el plan de comunicación
8. La efectividad y la investigación en las relaciones públicas
9. Análisis del posicionamiento según Ries y Trout: publicidad vs relaciones públicas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 24. GABINETES DE PRENSA Y NEGOCIACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

1. Introducción y planteamiento general
2. Consideraciones preliminares
3. La personalización de las relaciones con la prensa
4. Negociación de las partidas y noticiabilidad
5. Gestión y coordinación

6.Desarrollo del trabajo del gabinete

## MÓDULO 3. GESTIÓN CULTURAL Y ARTÍSTICA

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS TÉCNICAS PLÁSTICAS Y AUDIOVISUALES

1.Técnicas plásticas

- 1.- Estudio de lo pictórico
- 2.- Lo escultórico

2.Técnicas audiovisuales

- 1.- La realización audiovisual

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTOS BÁSICOS DE LA GESTIÓN AUDIOVISUAL

1.Conceptos esenciales del lenguaje audiovisual

2.Concepto de realización

3.Las Instituciones de Microcréditos

- 1.- Características de las Instituciones de Microfinanzas
- 2.- Metodologías utilizadas por las Instituciones de Microcréditos

4.Las finanzas en la economía y el desarrollo

5.Conceptos de la fotografía cinematográfica

- 1.- Elementos de fotografía cinematográfica
- 2.- El color y la textura

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIOS TÉCNICOS CINEMATOGRAFICOS Y VIDEOGRAFICOS

1.Medios técnicos cinematográficos

- 1.- La cámara de cine

2.Soportes y formatos cinematográficos

- 1.- Formatos de rodaje

3.Medios técnicos videográficos

- 1.- La cámara de video

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. NARRACIÓN AUDIOVISUAL

1.Los códigos visuales y sonoros

- 1.- Por tamaño de encuadre
- 2.- Por altura
- 3.- El uso del color
- 4.- Por perspectiva
- 5.- Por movimiento

2.El tiempo y el espacio

- 1.- La composición

3.La continuidad

- 1.- El eje cinematográfico
- 2.- La elipsis
- 3.- El sonido



## UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRODUCCIÓN DE LAS ARTES PLÁSTICAS Y AUDIOVISUALES

- 1.Arte y producción
  - 1.- Diversidad
  - 2.- Integralidad
  - 3.- Sostenibilidad
  - 4.- La literatura en el campo artístico
- 2.La producción audiovisual
  - 1.- Fases de la producción audiovisual
  - 2.- Contratos de producción
- 3.Recogida y adquisición de documentos
- 4.Tipos de producto cinematográfico

## UNIDAD DIDÁCTICA 6 ESTRUCTURA DE LA PROGRAMACIÓN PLÁSTICA Y AUDIOVISUAL

- 1.Fomento de la diversidad cultural
  - 1.- Campos de las artes
  - 2.- Enfoques de la educación artística
- 2.Del concepto audiovisual al concepto multimedia
- 3.Difusión de contenidos audiovisuales
- 4.Ámbitos de aplicación de los contenidos multimedia

## UNIDAD DIDÁCTICA 7 MÉTODOS DE FINANCIACIÓN EN LAS ARTES PLÁSTICAS Y AUDIOVISUALES

- 1.Los medios de financiación
- 2.Financiación directa
- 3.Financiación indirecta
- 4.Financiación pública
- 5.La producción propia y la producción asociada

## UNIDAD DIDÁCTICA 8 .UN MUNDO GLOBALIZADO

- 1.¿De dónde y cuando surge el término?
- 2.Características principales de la globalización
- 3.Contexto político
  - 1.- Economía globalizadora
  - 2.- Avances tecnológicos
- 4.Sociedad y cultura
  - 1.- Sociedad de masas y sociedad de consumo
- 5.Cultura
- 6.Conclusiones

## MÓDULO 4. LA PROPIEDAD INTELECTUAL

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL

- 1.Concepto
- 2.Marco legal

3. Medidas tecnológicas de protección

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPIOS BÁSICOS LPI**

1. La originalidad y expresión de la idea
2. Los autores
3. Derechos morales
4. Derechos de explotación
5. Reproducción de las obras

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN**

1. Introducción
2. Políticas generales y concienciación
3. Inventario software

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. SANCIONES**

1. Infracciones muy graves
2. Infracciones graves

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. DERECHO Y FISCALIDAD DE LA EDICIÓN**

1. Aspectos legales relativos al mercado editorial
2. Propiedad literaria y artística
3. Derechos y contratos de la edición
4. Propiedad intelectual: derechos de texto y derechos de imagen
5. Registros de la propiedad intelectual, ISBN e ISSN

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL DE IMÁGENES**

1. Normativa de aplicación
2. Como registrar las imágenes propias
3. Derechos de reproducción y uso
4. Derechos de manipulación
5. Creative Commons

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y PROPIEDAD INTELECTUAL**

1. Definición de redes sociales
2. Aspectos legales en redes sociales

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROPIEDAD INTELECTUAL Y MARKETING DIGITAL**

1. Consideraciones previas. Amparo constitucional
2. Las fuentes del marketing digital
3. Propiedad intelectual y marketing digital

### **MÓDULO 5. ASESORÍA FISCAL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO TRIBUTARIO**

1. El Tributo
2. Hecho imponible
3. Sujeto pasivo

4.Determinación de la deuda tributaria

5.Contenido de la deuda tributaria

6.Extinción de la deuda tributaria

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS I

1.Introducción

2.Elementos del impuesto

3.Rendimientos del trabajo

4.Rendimientos de actividades económicas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS II

1.Rendimientos de capital inmobiliario

2.Rendimientos de capital mobiliario

3.Ganancias y pérdidas patrimoniales

4.Regímenes especiales: imputación y atribución de rentas

5.Liquidación del impuesto

6.Gestión del Impuesto

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

1.Naturaleza del impuesto

2.Hecho imponible

3.Operaciones no sujetas y operaciones exentas

4.Lugar de realización del hecho imponible

5.Devengo del impuesto

6.Sujetos pasivos

7.Repercusión del impuesto (Art. 88 LIVA)

8.Base imponible

9.Tipos de Gravamen

10.Deducción del impuesto

11.Gestión del Impuesto

12.Regímenes especiales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

1.Naturaleza y ámbito de aplicación

2.Hecho imponible

3.Sujeto Pasivo

4.Base imponible

5.Periodo impositivo y devengo del impuesto

6.Tipo impositivo

7.Bonificaciones y Deducciones

8.Regímenes especiales. Empresas de reducida dimensión

9.Régimen especial de las fusiones y escisiones

10.Régimen fiscal de determinados contratos de arrendamiento financiero

11. Otros regímenes especiales

12. Gestión del impuesto

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPUESTO SOBRE SUCESIONES**

1. Normativa aplicable

2. Cálculo del hecho imponible

3. Sujetos pasivos del impuesto

4. Cálculo de la Base imponible

5. Cálculo de la Base liquidable

6. Regímenes especiales

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. IMPUESTO SOBRE DONACIONES**

1. Cálculo del hecho imponible

2. Sujetos pasivos del impuesto

3. Cálculo de la Base imponible

4. Cálculo de la Base liquidable

5. Cálculo de la cuota íntegra

6. Deuda tributaria

7. Liquidación del impuesto

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. CUESTIONES GENERALES SOBRE EL IMPUESTO DE TRANSMISIONES PATRIMONIALES Y ACTOS JURÍDICOS DOCUMENTADOS**

1. Régimen jurídico aplicable al ITP y AJD

2. Naturaleza y características del ITP y AJD

3. Modalidades del ITP y AJD. Compatibilidades e incompatibilidades

4. Principios de aplicación del ITP y AJD

5. Ámbito de aplicación territorial del ITP y AJD

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. TRANSMISIONES PATRIMONIALES ONEROSAS**

1. Hecho imponible

2. Sujeto pasivo

3. Base imponible y base liquidable en TPO

4. Tipos de gravamen y cuota en TPO

5. Deducciones y bonificaciones. Cuota líquida en TPO

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. OPERACIONES SOCIETARIAS**

1. Aspectos generales de las operaciones societarias

2. Concepto de sociedad a efectos de la modalidad Operaciones Societarias

3. Hecho imponible

4. Operaciones no sujetas a la modalidad de operaciones societarias

5. Base imponible en la modalidad de operaciones societarias

6. Sujeto pasivo. Cuota tributaria en la modalidad de operaciones societarias

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. ACTOS JURÍDICOS DOCUMENTADOS**

1. Naturaleza jurídica de la modalidad de Actos Jurídicos Documentados

2. Normativa reguladora de la modalidad de AJD
3. Documentos notariales
4. Documentos mercantiles
5. Documentos administrativos

## PARTE 2. MAESTRÍA INTERNACIONAL EN PROPIEDAD INTELECTUAL

### MÓDULO 1. PROPIEDAD INTELECTUAL

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL

1. Concepto
2. Marco legal
3. Medidas tecnológicas de protección

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPIOS BÁSICOS LPI

1. La originalidad y expresión de la idea
2. Los autores
3. Derechos morales
4. Derechos de explotación
5. Reproducción de las obras

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN

1. Introducción
2. Políticas generales y concienciación
3. Inventario software

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. SANCIONES

1. Infracciones muy graves
2. Infracciones graves

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. DERECHO Y FISCALIDAD DE LA EDICIÓN

1. Aspectos legales relativos al mercado editorial
2. Propiedad literaria y artística
3. Derechos y contratos de la edición
4. Propiedad intelectual: derechos de texto y derechos de imagen
5. Registros de la propiedad intelectual, ISBN e ISSN

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL DE IMÁGENES

1. Normativa de aplicación
2. Como registrar las imágenes propias
3. Derechos de reproducción y uso
4. Derechos de manipulación
5. Creative Commons



## UNIDAD DIDÁCTICA 7. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y PROPIEDAD INTELECTUAL

1. Definición de redes sociales
2. Aspectos legales en redes sociales

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROPIEDAD INTELECTUAL Y MARKETING DIGITAL

1. Consideraciones previas. Amparo constitucional
2. Las fuentes del marketing digital
3. Propiedad intelectual y marketing digital

# MÓDULO 2. PROPIEDAD INDUSTRIAL

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. ASPECTOS GENERALES SOBRE LA CONTRATACIÓN.

1. Marco Normativo
2. Contenido mínimo del contrato
3. Contratos en colaboración con terceros

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTRATOS SOBRE PATENTES

1. Aspectos previos
2. La Cesión de la Patente
3. Obtención de la Licencia de Patente
4. La Transacción de una Patente

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTRATO SOBRE MARCAS

1. Consideraciones previas
2. Cesión de Marca Registrada
3. Obtención de la Licencia de Marca
4. La Transacción de una Marca

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS PRINCIPALES CLÁUSULAS EN LOS CONTRATOS DE LICENCIA

1. Naturaleza y alcance
2. Cláusulas para la Defensa de la competencia
3. Cláusulas en el know-how
4. Cláusula de no impugnación
5. Cláusula del licenciatario más favorecido
6. Cláusula de territorialidad
7. Cláusula de exclusividad
8. Cláusula sobre la producción
9. Best-efforts
10. Otras Cláusulas

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMUNIDAD E HIPOTECA SOBRE PROPIEDAD INDUSTRIAL

1. Comunidad sobre Marca
2. Comunidad sobre Patente
3. Comunidad sobre Diseño
4. Hipoteca sobre Propiedad Industrial

## MÓDULO 3. PATENTES Y MARCAS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. DERECHO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

- 1.La propiedad intelectual
- 2.Ley de propiedad intelectual
  - 1.- La Ley de Servicios de Sociedad de la Información y de comercio electrónico
- 3.El registro de la propiedad intelectual

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL

- 1.La originalidad y expresión de la idea
- 2.Los autores
- 3.Derechos morales
- 4.Derechos de explotación
- 5.Reproducción de las obras

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROPIEDAD INDUSTRIAL

- 1.Nociones generales de la propiedad industrial
  - 1.- Principales derechos de la propiedad industrial
- 2.Titularidad y autoría de las innovaciones
- 3.Tipos de protección según su naturaleza
  - 1.- Creaciones industriales
  - 2.- Signos distintivos
  - 3.- Figuras cercanas
- 4.Fundamentos jurídicos de la propiedad industrial

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. DERECHO DE AUTOR

- 1.El derecho de autor
  - 1.- Marco legal
- 2.Derechos protegidos
  - 1.- Limitaciones de los derechos
- 3.Vigencia, propiedad, ejercicio y cesión del derecho de autor

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. DERECHO DE MARCAS

- 1.Concepto de marca
  - 1.- Tipos de marcas
  - 2.- La marca como estrategia
- 2.La Ley de Marcas
  - 1.- Real Decreto 687/2002, de 12 de julio, por el que se aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas
- 3.Registro de la marca
- 4.Uso obligado de la marca
- 5.Adquisición del derecho sobre la marca
- 6.La marca comunitaria

7.La marca nacional e internacional

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. DERECHO DE PATENTES**

1.Concepto de patente

1.- Ley 24/2014, de 24 de julio, de Patentes

2.Fundamentos de las patentes

1.- Fundamentos jurídicos

2.- Fundamentos económicos

3.Solicitud del registro de las patentes

1.- Derecho de prioridad como inicio de la protección

2.- Contrato de licencia

4.Nulidad y caducidad de patentes

5.Patente Europea y nacional

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. DERECHO DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

1.El derecho a la competencia y la competencia desleal

1.- Modelos teóricos de competencia

2.Tipos y acciones de competencia desleal

1.- Acciones de competencia desleal en publicidad

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y PROPIEDAD INTELECTUAL**

1.Definición de redes sociales

1.- Clasificación de las redes sociales

2.Aspectos legales en redes sociales

1.- Protección de la Propiedad Intelectual

2.- Protección de los datos de carácter personal

3.- Protección de la privacidad, honor, intimidad y propia imagen

4.- Protección de los consumidores y usuarios

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA**

1.Conceptualización de la transferencia tecnológica

2.Mecanismos de transferencia tecnológica

3.Particularidades de la licencia

4.Especificaciones del contrato Know-How

5.Nuevas tendencias en transferencia tecnológica: Spin-Off y JointVentures

1.- Spin-Off

2.- Joint-ventures

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE LAS OBRAS DE ARTE**

1.El arte y su falsificación

2.Evaluación del arte

3.Intermediarios del mercado del arte

1.- Galerías de arte

2.- Sala de subastas

4. Valoración de la obra de arte
  - 1.- Estimación del valor de la firma de un artista
  - 2.- Análisis de la obra

## **MÓDULO 4. COMPETENCIA DESLEAL Y DERECHOS DE IMAGEN**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL**

1. Marco normativo; Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal
2. Cláusula general
3. Actos de competencia desleal

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ACCIONES EN CASOS DE COMPETENCIA DESLEAL**

1. Introducción
2. Legitimación
3. Acciones contra los actos de competencia desleal
4. Diligencias preliminares y prescripción

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. REGULACIÓN LEGAL DE LOS DERECHOS DE IMAGEN**

1. El derecho a la propia imagen en la Constitución
2. Protección del derecho a la propia imagen
3. La propia imagen
4. Normativa

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTROMISIONES ILEGÍTIMAS**

1. Intromisiones ilegítimas
2. Intromisiones legítimas
3. Delimitación de las intromisiones ilegítimas
4. Tutela judicial

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. EXPLOTACIÓN DE LOS DERECHOS DE IMAGEN CON FINES COMERCIALES Y PUBLICITARIOS**

1. Explotación de los derechos de imagen
2. Cesión del derecho de imagen
3. Derecho a la imagen de los artistas o ejecutantes
4. Consentimiento

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. LÍMITES AL DERECHO A LA IMAGEN**

1. Los límites a la propia imagen
2. Límites internos de la propia imagen
3. Límites externos de la propia imagen
4. Límites a la propia imagen: menores de edad

## **MÓDULO 5. DERECHO TECNOLÓGICO**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. NORMATIVA ESENCIAL SOBRE EL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN (SGSI)**

1. Estándares y Normas Internacionales sobre los SGSI

2.Legislación: Leyes aplicables a los SGSI

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. OTROS CONOCIMIENTOS

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

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

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. CRIPTOGRAFÍA

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. BLOCKCHAIN: PRINCIPIOS TECNOLÓGICOS

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. ASPECTOS JURÍDICOS ASOCIADOS A BLOCKCHAIN

- 1.El Contrato Inteligente. Smart Contract
- 2.Evolución de los contratos tradicionales
- 3.Aspectos básicos de Smart Contracts
- 4.Usos de los contratos inteligentes
- 5.Certificado digital y firma electrónica
- 6.Reglamento UE 910/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de julio de 2014, relativa a la identificación electrónica y los servicios de confianza para las transacciones electrónicas en el mercado interior
- 7.ICOs. Los nuevos mecanismos de financiación



#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIO ELECTRÓNICO**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. PROPIEDAD INDUSTRIAL**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. EL SECRETO EMPRESARIAL**

- 1.Necesidad de protección del conocimiento en el seno de la empresa
- 2.Ideas protegibles
- 3.El deber de secreto de los empleados
- 4.El deber de secreto con tercero en el ámbito de la empresa
- 5.Cloud computing: base de datos sensibles
- 6.Protección de datos en la empresa

### UNIDAD DIDÁCTICA 13. REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

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

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

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

## MÓDULO 6. PROTECCIÓN DEL CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA INNOVACIÓN COMO NECESIDAD

- 1.La innovación como cromosoma empresarial
- 2.Objetivos de la estrategia innovadora
- 3.¿Qué se considera innovación?
- 4.Tipos de innovación
- 5.Fuentes de la innovación

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. HACIA LA EMPRESA INNOVADORA

- 1.La estrategia hacia la innovación
- 2.Liderazgo y motivación para la innovación
- 3.La mentalidad emprendedora
- 4.La gestión de proyectos
- 5.El Proceso de I+D+i

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CASO PARTICULAR DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

- 1.¿Qué se considera innovación tecnológica?
- 2.Tipología de la tecnología
- 3.La innovación tecnológica en la empresa
- 4.Implantación de un Plan de Actuación Tecnológico
- 5.Transferencia tecnológica

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ¿CÓMO SE GESTIONA LA INNOVACIÓN?

- 1.Definición de la gestión de la innovación
- 2.Concepto y tipos de innovación

3. Fundamentos de la innovación tecnológica
4. El proceso de I+D+i y modelos de gestión
5. Agentes, actividades y técnicas de gestión de la innovación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. VIGILANCIA TECNOLÓGICA**

1. Tipos de vigilancia tecnológica
2. Aspectos esenciales de la vigilancia tecnológica
3. Búsqueda de información
4. Implantación de la vigilancia tecnológica

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTUDIO DE LA TENDENCIA TECNOLÓGICA**

1. Introducción
2. Concepto y nociones esenciales de la prospectiva tecnológica
3. Tipología de técnicas para la prospectiva tecnológica
4. Requisitos de implantación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL BENCHMARKING**

1. Importancia del benchmarking
2. Delimitación y beneficios del benchmarking
3. Clasificación de las técnicas benchmarking
4. Requisitos y etapas del benchmarking

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA CADENA DE VALOR**

1. Origen del término Cadena de Valor
2. Análisis de la Cadena de Valor
3. Actividades de valor y margen
4. Clasificación de Cadenas de Valor
5. Fases de la creación de la Cadena de Valor

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. PROPIEDAD INDUSTRIAL**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO**

1. Aspectos introductorios a la gestión del conocimiento
2. Repercusión de la gestión del conocimiento
3. Objetivos y proceso de la gestión del conocimiento
4. Modelos de gestión del conocimiento

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA**

1. Conceptualización de la transferencia tecnológica
2. Mecanismos de transferencia tecnológica
3. Particularidades de la licencia
4. Especificaciones del contrato Know-How

5. Nuevas tendencias en transferencia tecnológica: Spin-Off y Joint Ventures

6. Ejemplos reales de transferencia tecnológica

#### UNIDAD DIDÁCTICA 12. EL SECRETO EMPRESARIAL

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

2. Ideas protegibles

3. El deber de secreto de los empleados

4. El deber de secreto con tercero en el ámbito de la empresa

5. Cloud computing: base de datos sensibles