

NOMBRE DEL CURSO

**Marketing y RGPD:
Cómo adecuar una web y una estrategia de captación al
RGPD y la nueva LOPD**

DURACIÓN: 56 HORAS

INDICE

Presentación del curso

1. Objetivos del curso

2. Acceso al Aula Virtual

3. Contenidos del curso

4. Cronograma

5. Sistema de tutorías

6. Documentación a entregar

Director/a

Dña. Marina Brocca Bartolozzi

Profesora en Psicopedagogía graduada en Humanidades, Rosario, Argentina. En 2009 comienza a formarse también como Consultora Especializada en Protección de Datos, Certificada como experto en Reglamento Europeo de protección de datos por el Grupo CFI y formación en Ciberseguridad por La Universidad Rey Juan Carlos.

Desde entonces, decide volcar toda su formación y pasión pedagógica en la creación de campañas de difusión en materia de protección de datos, marketing digital, ciberseguridad y trabajos de consultoría.

A través de su blog marinabrocca.com, difunde contenidos especializados en marketing legal y protección de datos y ciberseguridad. También colabora con diferentes medios como autor invitado.

Participa habitualmente en acciones formativas, webinars y como ponente en congresos y seminarios.

Desde 2016, se ha especializado en de concienciación en ciberseguridad y colaborado en diferentes proyectos de concienciación, desarrollando campañas de educación a usuarios para diferentes empresas de primer nivel.

En 2017, se convierte en Socia fundadora de LEXBlogger, creando un software de adecuación al RGPD.

En 2018, junto con Cybereop, desarrolla la plataforma e-learning de concienciación en ciberseguridad.

PRESENTACIÓN

Presentación del curso para el alumno

Estimado/a alumno/a,

El nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos personales, (RGPD) y la nueva LOPD 3/2018, pretenden consolidar una verdadera cultura de privacidad en nuestro tejido empresarial con la finalidad de proteger eficientemente los datos personales de todos los ciudadanos europeos.

El marketing es sin duda el área más expuesta de cualquier negocio porque es la de mayor impacto y mayor visibilidad y por tanto, la que presenta mayor riesgo en cualquier organización.

Cuando hablamos de marketing, hablamos de gestionar datos personales de usuarios a quienes se va a contactar para mandarles los boletines, promociones, realizar retargeting, segmentar, realizar campañas de afiliados, etc. Todos estos datos son gestionados por herramientas o plataformas de terceros, como herramientas de email marketing, de conversión, de captación, de análisis, etc.

El RGPD refuerza el autogobierno de los usuarios sobre sus datos y esto implica, la necesidad de establecer procedimientos claros y nuevas medidas de control sobre estos registros obtenidos de acciones de marketing. También propicia una nueva forma de relacionarlos con los datos de usuarios en las diferentes campañas de captación y conversión que se realicen en una organización.

El procesamiento de estos datos debe seguir una serie de normas imprescindibles para conseguir que las campañas comulguen con los derechos de los usuarios. El marketing es un área en constante evolución que implica la gestión de múltiples herramientas de procesamiento de información y múltiples tratamientos, pero, en muchas ocasiones, los profesionales de la protección de datos no están familiarizados con las prácticas y estrategias de marketing que se realizan actualmente, derivando en un desconocimiento general de las mismas que impide asesorar correctamente a sus clientes.

Esta formación práctica pretende salvar ese obstáculo y permitir asesorar de forma correcta, práctica y eficiente a cualquier cliente en lo relativo a estrategias de marketing y adecuar eficazmente cualquier página web al RGPD.

También recibirás material práctico para utilizar en el desarrollo de un proceso de adecuación de estrategias de marketing y páginas web.

Recibe un cordial saludo,

OBJETIVOS DEL CURSO

Con este curso el alumno será capaz de ...

- Conocer los cambios introducidos por el nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos y la nueva LOPD 3/2018 que afectan de manera directa a las campañas de marketing y una web.
- Comprender el cambio del paradigma digital, las ventajas de adaptar las estrategias de marketing al RGPD y las consecuencias del incumplimiento.
- Comprender las diferentes estrategias de captación, los elementos que la componen y aprender a adecuarlos correctamente al RGPD y a la nueva LOPD 3/2018
- Conocer los aspectos legales de una adecuación legal web y las diferentes actuaciones a realizar para adaptar una web al RGPD, la LSSI y la nueva LOPD
- Aprender a diseñar estrategias de marketing desde el diseño y durante todo el ciclo de vida, que comulguen con los derechos de usuarios y consumidores a la vez que sean seguras y sostenibles.

CONTENIDO DEL CURSO

El programa se desarrollará en __ unidades y capítulos:

Unidad 1: El cambio de paradigma digital

Unidad 2: La nueva LOPD; novedades que afectan al marketing

Unidad 3: Las novedades del RGPD que afectan a una campaña de marketing

Unidad 4: Adecuación práctica RGPD en campañas de email marketing: Cómo realizar una campaña de captación adecuada al RGPD. Cómo regularizar y legitimar una base de datos, Errores comunes y casos reales de campañas no ajustadas al RGPD

Unidad 5: Cómo verificar el cumplimiento RGPD en una campaña de email marketing

Unidad 6: Adecuación Práctica RGPD en una web : auditoría previa, requisitos informativos , requisitos de consentimiento requisitos de seguridad, requisitos de diligencia en la contratación de colaboradores. Tecnologías de seguimiento: adecuación de políticas de cookies

Unidad 7: cómo regularizar el tratamiento de Big Data y elaboración de perfiles

CRONOGRAMA

- El curso tiene una duración estimada de 56 horas lectivas.
- Inicio del curso: (momento en que el alumno tendrá sus claves de acceso)
- Fin del curso: 2 meses después de su comienzo
- Se aconseja al alumno 2 horas diarias de estudio (incluyendo lectura de contenidos y comprensión de los mismos), pero no es obligatorio.