



PROGRAMA:
LEGAL MARKETING

Las implicaciones legales en las decisiones de marketing



AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE DERECHO EMPRESARIO

Director Académico

Sebastián Balbín

Directora Ejecutiva

María Valentina Aicega

Coordinadora Académica

Verónica Gorrasi

Profesor a cargo

Mariano Luna

PRESENTACIÓN

En la toma de decisiones de un negocio se requiere de profesionales capacitados y entrenados para brindar un asesoramiento integral y preventivo de la marca que actúen como verdaderos business partners, pues la marca y su equity suele ser el activo más importante de la empresa. Se trabaja desde el momento de la innovación, desarrollo, venta y la comunicación del producto, dando soluciones legales innovadoras y proactivas a clientes dinámicos y creativos.

La publicidad cuenta una historia y puede ser una manera significativa y efectiva de relacionarse con los consumidores. Si bien sabemos que las campañas innovadoras, el patrocinio, una narrativa convincente y un posicionamiento de marca bien pensado pueden ayudarlo a llegar a su público objetivo, comprender el panorama legal y normativo también es importante. Contar con el asesoramiento legal y los contratos comerciales adecuados permitirá minimizar los riesgos, pero también permitirá ser creativo, ampliar los límites, desarrollar su marca, administrar su reputación, explotar su propiedad intelectual y colaborar de manera efectiva con sus pares.



¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO EL CURSO?

El curso está dirigido a abogados internos de empresa, gerentes de área, gerente general, marketing, ventas, agencias de publicidad y productoras y, en general, a todos aquellos profesionales que dedican o deseen dedicar su actividad profesional en el ámbito empresarial, y requieran una formación práctica muchas veces no alcanzada en carreras de grado y posgrado, pero que necesariamente el profesional requiere para asesorar aportando valor a la toma de decisiones.

PROFESOR A CARGO



Mariano Luna

Tengo más de veinte años de experiencia como abogado corporativo, habiendo trabajado en estos años de mi carrera profesional tanto en estudios jurídicos (Marval, O'Farrell y Mairal), y en empresas multinacionales como Unilever y en Genomma Lab. He ocupado distintos puestos, tanto a nivel nacional como internacional. Asimismo he trabajado en Inglaterra como abogado de las categorías de Personal Care, liderando equipos a nivel global. El scope de trabajo me llevó a especializarme en un abogado de negocio, asesorando a nivel estratégico como business partner, integrando los diferentes comités de marcas que me ha tocado asesorar. Hoy en día dedico mi actividad profesional al asesoramiento, consultoría y capacitación a empresas y personas. Fundador de Legal4Marketing.

CUERPO DE PROFESORES:



Romina Tenca

Abogada especializada en Marketing Digital y Protección de Datos. Con catorce años de experiencia como abogada corporativa en Unilever desempeñándome como Marketing Legal Counsel para las categorías de productos de Cuidado Personal y Data Privacy Officer para la región de Latinoamérica. Asimismo, en el año 2014 me desempeñé como Corporate Counsel para Unilever Uruguay con base en la ciudad de Montevideo durante un año, brindando soporte a todas las áreas del negocio local y en el año 2017 asesoré al negocio de Unilever México y Caribe en temas de Legal Marketing y Data Privacy con base en la ciudad de México. Hoy Co-Fundadora y Socia de Legal Makers asesorando a emprendedores en el desarrollo e implementación de sus negocios.



Verónica Mordcovich Bonnet

Licenciada en Tecnología de los Alimentos, especializada en Innovación y Desarrollo. Más de 20 años de experiencia en Unilever, liderando el desarrollo de productos para Latinoamérica (marcas globales y locales como Sedal, Axe, Dove, Suave). Como responsable técnica de estas marcas, manejé la complejidad y diversidad de los mercados Latinoamericanos, adquirí conocimiento de marca, y manejo de portfolio e interfaces de trabajo. Desarrollé estrategias técnicas que atendieran las necesidades del consumidor y los objetivos de negocio, cumpliendo con regulaciones locales y trabajando en conjunto con los centros de innovación global y partners externos. Durante 2 años lideré el área de Consumer Technical Insight, estableciendo programas de entendimiento de nuestros consumidores y competidores, fundamentales para el diseño de nuestras tecnologías y el desarrollo de nuestras marcas. Asimismo, participé activamente del desarrollo del programa de entrenamiento global para Investigación y Desarrollo (programa, dinámicas, contenido, speakers, casos), colaborando con el desarrollo de profesionales de Unilever de todo el mundo.



COMPETENCIAS

- Entender los riesgos e implicancias legales en todo proceso de innovación, desarrollo y venta de un producto, con una mentalidad global que permita trascender los límites de jurisdicción locales de las operaciones de marketing y ventas.
- Asesorar e influir estratégicamente al negocio en cuestiones legales, de manera integral y preventiva, que permita al profesional participar en la toma de decisiones como un verdadero Business Partner.
- Comprender cuáles son las habilidades que debe desarrollar un profesional como Business Partner del negocio: pensamiento estratégico y operacional, conocimiento organizacional, liderazgo, mentalidad global y saber influenciar.
- Participar e Influenciar en la toma de decisiones de negocio con riesgo calculado, utilizando las herramientas de Risk Management que permitan minimizar riesgos y maximizar oportunidades.
- Comprender el rol de los competidores utilizando técnicas efectivas para relacionarse, que permitan defender el Brand Equity de la marca.
- Asesorar en temas de publicidad en general y nuevas tecnologías.
- Navegar en la era digital y ser capaz de dominar los desafíos del marketing en la actualidad, entendiendo los riesgos legales modernos a los cuales nos enfrentamos.

MODALIDAD ONLINE

El programa se dicta bajo una modalidad totalmente online, con aprendizaje autogestionado que se complementa con dinámicas prácticas, tutoría personalizada y sesiones en vivo vía streaming.

Se ofrece el programa en **cinco módulos semanales** con contenidos virtuales con cinco sesiones online que se impartirán transmitidas desde nuestra Sala UA Live Room de la Universidad Austral, con tecnología de última generación que permite una experiencia de clase como si estuvieras frente a frente profesor, con interacción en tiempo real. Antes de cada clase sincrónica vía streaming se pondrá a disposición a través del Campus Virtual un material de lectura, se desarrollarán actividades y dinámicas online y se brindarán los casos prácticos cuya lectura será requerida para así poder llevar adelante las discusiones en las sesiones por streaming.



CONTENIDO

Módulo 1 LA INNOVACIÓN Y SUS DESAFÍOS LEGALES El asesoramiento legal a las marcas y sus categorías de productos

En el desarrollo y creación de un producto intervienen muchas áreas, especialidades, procesos, etc. El aspecto legal representa un alto porcentaje de éxito y fracasos en el lanzamiento y posterior venta de un producto, por lo que su rol es bien estratégico. En este módulo tendremos como objetivo adquirir conocimientos para poder asesorar e identificar contingencias de manera preventiva, no solo anticipando posibles conflictos con terceros sino también evaluando alternativas que permitan al negocio tomar decisiones de riesgo calculado.

TEMAS: Introducción - Valores y mentalidad ganadora | Proceso de Innovación | Tipos de proclamas | Soporte y sustento | Marcas - Variedades - Nombres fantasías | Producto y Envase. Comunicación.

Semana 1: 20 al 24 de julio 2020 / Sesión 1: jueves 23 de julio, 17:00 a 19:30 hs. (GMT-3)

CAMPUS VIRTUAL [5 hs.]

SESIÓN [2,5 hs.]

Recursos

Podcast o video explicativo y/o ficha técnica de clase

Material de lectura previa

Lectura de caso práctico

Actividades

Presentación en Foro de participantes

Cuestionario de lecto- comprensión (al finalizar el módulo)

Encuesta (al finalizar el módulo)

Encuentro vía treaming

Exposición temática

Puesta en común de situaciones prácticas

Casos prácticos y discusión

CONTENIDO

Módulo 2 PUBLICIDAD LEGAL

Construyendo el Brand Equity. El contenido publicitario como valor comercial

Dentro del proceso de innovación las marcas también desarrollan y establecen cuál va a ser su plan de media. Cómo se comunicará el producto para atraer a los actuales y potenciales consumidores. Para ello las marcas desarrollan sus productos, pensando en sus cualidades, atributos y beneficios que satisfacerán las necesidades de sus consumidores. El trabajo en este módulo se orientará a entender las implicancias legales y los riesgos asociados a la publicidad de la marca y su producto en relación con todas las formas de publicidad y marketing, incluyendo online, televisión, radio e impresos. A su vez, resaltaremos la importancia de estar bien informados sobre las últimas tendencias de la industria.

TEMAS: Definición | Comunicación 360 | Engaño al Consumidor. Consideraciones Generales | Lealtad Comercial y Defensa al Consumidor | Promociones | Etica Publicitaria | Comunicación responsable

Semana 2: 27 al 31 de julio 2020 / Sesión 2: jueves 30 de julio, 17:00 a 19:30 hs. (GMT-3)

CAMPUS VIRTUAL [5 hs.]

SESIÓN [2,5 hs.]

Recursos

Podcast o video explicativo y/o ficha técnica de clase

Material de lectura previa

Lectura de caso práctico

Actividades

Presentación en Foro de participantes

Cuestionario de lecto- comprensión (al finalizar el módulo)

Encuesta (al finalizar el módulo)

Encuentro vía treaming

Exposición temática

Puesta en común de situaciones prácticas

Casos prácticos y discusión

CONTENIDO

Módulo 3

RELACION CON LOS COMPETIDORES

Conocer a los competidores y aprender a relacionarse con ellos

Defender el Brand Equity con técnicas legales

¿Cómo interactúan las marcas con sus competidores? ¿Qué es lo legalmente permitido y qué no? ¿Cómo piensa una marca más allá de sus propios límites? Todo esto representa un escenario sumamente complejo que comienza a planearse y prepararse en la misma etapa de innovación, desde el momento que se evalúa lanzar un producto que pretende competir con otro, ya sea ganándole mercado o tratando de atraer sus consumidores proponiendo beneficios diferentes, o inexistentes.

TEMAS: Como defender el Brand Equity de una marca | Complejidades - Geografías | Publicidad comparativa| Cuestionamientos hacia y desde competidores - Acciones Legales | El Rol de las Autoridades vs Autorregulación | Competencia Desleal / Compliance

Semana 3: 3 al 7 de agosto 2020 / Sesión 3: jueves 6 de agosto, 17:00 a 19:30 hs. (GMT-3)

CAMPUS VIRTUAL [5 hs.]

SESIÓN [2,5 hs.]

Recursos

Podcast o video explicativo y/o ficha técnica de clase

Material de lectura previa

Lectura de caso práctico

Actividades

Presentación en Foro de participantes

Cuestionario de lecto- comprensión (al finalizar el módulo)

Encuesta (al finalizar el módulo)

Encuentro vía treaming

Exposición temática

Casos prácticos y discusión

CONTENIDO

Módulo 4

El Risk Management como herramienta necesaria para obtener una ventaja competitiva

En este módulo pretendemos abordar las implicancias legales y riesgos asociados en el proceso de innovación y desarrollo del producto, y adoptar un rol empresarial que acompañe esta ambición y prepare al negocio en lo que diariamente llamamos “toma de decisiones” de riesgo calculado.

TEMAS: Definición el “RIESGO” | Aprender a identificar los riesgos y medir el impacto legal | El riesgo vs la probabilidad / Diferentes formas de evaluar y medir riesgos y peligros | Cómo identificar los riesgos legales | El Riesgo calculado y la aversión al riesgo.

Semana 4: 10 al 14 de agosto 2020 / Sesión 4: jueves 13 de agosto, 17:00 a 19:30 hs. (GMT-3)

CAMPUS VIRTUAL [5 hs.]

SESIÓN [2,5 hs.]

Recursos

Podcast o video explicativo y/o ficha técnica de clase

Material de lectura previa

Lectura de caso práctico

Actividades

Presentación en Foro de participantes

Cuestionario de lecto- comprensión (al finalizar el módulo)

Encuesta (al finalizar el módulo)

Encuentro vía treaming

Exposición temática

Casos prácticos y discusión

CONTENIDO

Módulo 5 NUEVAS TECNOLOGIAS Centro de Excelencia en Derecho Digital

Los hábitos del día a día han cambiado: la televisión ha dejado de ser la reina de la casa para compartir su protagonismo con otras pantallas, el público se fragmenta y cada vez es más difícil de alcanzar, el control sobre las campañas de publicidad se hace imposible. En el mundo de hoy tener un amplio conocimiento de las herramientas digitales y del Big Data para fines publicitarios representa un verdadero plus para quienes quieran navegar sobre el marketing digital y adtech. Así, en este último módulo del programa buscaremos, por un lado, conocer la práctica de marketing digital y adtech para asesorar en todos los puntos de la cadena de valor, a saber: anunciantes, agencias, vendedores de adtech y editores. Por otro lado, buscaremos adquirir la capacidad de asesorar sobre temas especializados y emergentes que están alterando fundamentalmente el ecosistema de publicidad digital, como la transparencia comercial en publicidad programática, seguridad de marca y el fraude de la publicidad online. Por último y no menos importante, aspectos a tener en cuenta sobre privacidad y uso de de datos de terceros en marketing digital.

TEMAS: Social Media Legal | Contenidos y Redes Sociales | Endorsement - Influencer - Sponsorhip | Data Protection - Privacy policy |

Semana 5: 17 al 21 de agosto 2020 / Sesión 5: jueves 20 de agosto, 17:00 a 19:30 hs. (GMT-3)

CAMPUS VIRTUAL [5 hs.]

SESIÓN [2,5 hs.]

Recursos

Podcast o video explicativo y/o ficha técnica de clase

Material de lectura previa

Lectura de caso práctico

Actividades

Presentación en Foro de participantes

Cuestionario de lecto- comprensión (al finalizar el módulo)

Encuesta (al finalizar el módulo)

Encuentro vía treaming

Exposición temática

Casos prácticos y discusión

METODOLOGÍA ONLINE Y ENCUENTROS VIRTUALES VÍA STREAMING

Las clases se encuentran estructuradas en cinco módulos semanales, bajo un formato blended online. Este formato implica que los contenidos se desarrollan por dos vías:

- 1) Aprendizaje autogestionado - A través del Campus Virtual se pondrán a disposición una serie de materiales, actividades dinámicas y consignas para ejercicios puntuales. El Campus Virtual contiene una ruta pedagógica que orienta a los alumnos en el desarrollo de todo el curso. Esta parte del curso transcurre de manera asincrónica, es decir, el cursante puede hacer las actividades y seguir los materiales de acuerdo a sus tiempos y su disponibilidad, similar a lo que es un curso online con aprendizaje autogestionado o autodirigido.
- 2) Aprendizaje sincrónico - Además, por cada módulo se desarrollará un encuentro virtual a través de una plataforma por streaming en vivo que permitirá un intercambio de opiniones e interacción en tiempo real de todos los participantes. La sesión vía streaming es un encuentro sincrónico tipo videoconferencia a través de una plataforma virtual que permite la interacción entre los participantes del curso y con el profesor o la profesora.

En el dictado vía streaming en vivo los docentes exponen los temas e incentivan la participación a partir de disparadores, ya sea preguntas en vivo, encuestas, ejercicios y casos prácticos, o método del caso a partir de casos situacionales integrales. Estas sesiones son complementarias de cada módulo e integran aquellos contenidos (recurso, dinámicas, actividades, ejercicios, etc.) que se facilitan a través del Campus Virtual y que el alumno puede hacer de acuerdo a sus tiempos y necesidades. Las sesiones, sin embargo, son momentos de encuentro sincrónico online.

Las sesiones se desarrollarán en las fechas y horarios detallados en el programa. La duración de las sesiones suele ser de dos horas y media cada una, con un breve corte intermedio. El profesor o la profesora a cargo de la sesión adopta un rol especial en estas sesiones de moderación de las discusiones y como especialista en la cuestión, pretenderá ordenar los conocimientos y dinámicas en torno a la adquisición de competencias y habilidades, y para la comprensión cabal del tema de la clase. El profesor o la profesora participará en la sesión desde la sala UA Live Room de la Universidad Austral, un espacio que cuenta con múltiples pantallas y tecnología de última generación que realza la experiencia educativa de una clase y permite la interacción positiva. La clase se convierte así en un espacio de debate, consulta, y aprendizaje mediante la construcción de conocimientos y adquisición de habilidades prácticas.

CONTACTO

Facultad de Derecho

Departamento de Admisiones de Posgrados de Derecho

Sede Buenos Aires - Cerrito 1250

C1010AAZ - Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Teléfono: (011) 5239-8000, int. 8125

E-mail: informesfd@austral.edu.ar



AustralDerecho



@australderecho



Facultad de Derecho
Universidad Austral



Facultad de Derecho
Universidad Austral



www.austral.edu.ar/derecho