



Curso Online de Propiedad Intelectual y Comercialización de productos en China

ARGENTINA
(54) 1159839543

BOLÍVIA
(591) 22427186

COLOMBIA
(57) 15085369

CHILE
(56) 225708571

COSTA RICA
(34) 932721366

EL SALVADOR
(503) 21366505

MÉXICO
(52) 5546319899


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación


MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098

PERÚ
(51) 17007907

PANAMÁ
(507) 8338513

PUERTO RICO
(1) 7879457491

REP. DOMINICANA
(1) 8299566921

URUGUAY
(34) 932721366

VENEZUELA
(34) 932721366

ESPAÑA
(34) 932721366

Propiedad Intelectual y Comercialización de productos en China

Presentación

Hacer negocios en China es el sueño dorado de millones de manufactureros, productores y comerciantes a nivel global, un mercado integrado por más de 1000 millones de almas arranca suspiros en Occidente. Más allá de las diferencias culturales, en las que el idioma ha constituido la verdadera Muralla China, las diferencias ideológicas entre los sistemas políticos de Occidente y Oriente han contribuido a dificultar la posibilidad de establecer relaciones económicas más proactivas para Occidente.

Con el avance de la economía de mercado impulsada por Deng XiaoPing con sus zonas económicas especiales, desde 1979, pasando por la incorporación de China a la Organización Mundial de Comercio en el año 2001 hasta ahora, en plena pandemia, los chinos se han visto obligados a amoldar lentamente sus estructuras comerciales al mundo. El proceso ha sido engorroso y sin duda alguna lleno de desencuentros, especialmente en lo referente a la Propiedad Intelectual.

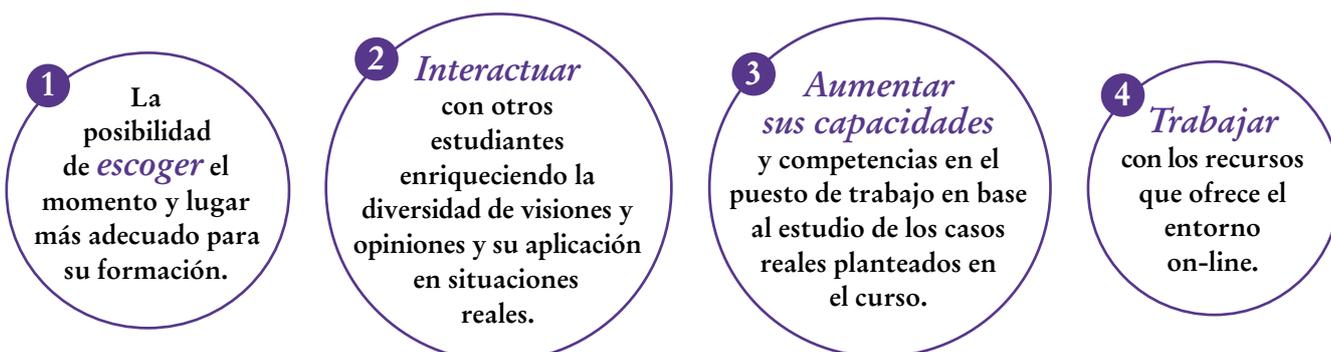
Es por ello que hemos dividido el curso en dos partes:

- Una primera parte centrada en la Propiedad Intelectual dado que la globalización y la expansión de lo digital la han utilizado como una herramienta generadora de valor de los intangibles.
- Una segunda parte donde se enumeran los principios básicos que debe manejar si desea emprender el camino de hacer negocios en China.

La Formación E-learning

Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:



Propiedad Intelectual y Comercialización de productos en China

Objetivos del curso:

- Conocer la importancia de la Propiedad Intelectual y los tipos de propiedad existente, así como mecanismos de protección para evitar los errores más frecuentes al gestionar los intangibles.
- Cómo identificar las marcas como registrables y desarrollar estrategias para protegerlas.
- Conocer los sistemas de franquicias y licencias de la Propiedad Intelectual como generadores de valor económico.
- El ámbito de los negocios en China.
- Cómo seleccionar un nombre chino para nuestra marca.
- Cuáles son las principales características de la Propiedad Intelectual en China. En qué se diferencia con Occidente.
- La importancia del resguardo de la Propiedad Intelectual de nuestro producto en China.
- Cómo seleccionar un partner en China.
- Conocer los medios para entrar al mercado chino: ferias, misiones comerciales, los ecosistemas Worldwide, distribuidores y cobranding.
- Familiarizarse con el entorno digital y las estructuras del e-Commerce en China.
- Conocer prácticas de mercadeo en China: medios online/offline de publicidad (influencers y livestreaming).

“ Conocer la importancia de la Propiedad Intelectual y los tipos de propiedad existente, así como mecanismos de protección de las mismas en China le evitarán cometer graves errores en sus planes de comercialización en este país”

Dirigido a:

Todos los profesionales del departamento de exportación así como a todas aquellas personas interesadas en conocer los sistemas de Propiedad Intelectual y patentes para prever cualquier contratiempo en la comercialización de productos en China.

Propiedad Intelectual y Comercialización de productos en China

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 30 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

11 módulos de formación (divididos en dos partes) que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

PARTE 1. INTRODUCCIÓN A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

MÓDULO 1. Introducción a la propiedad intelectual

1 hora

Los derechos de Propiedad Intelectual permiten al creador, o al titular de una patente, marca o derecho de autor, bien sea persona natural o jurídica, usufructuar los beneficios que derivan de su obra o de la inversión realizada en relación con una creación.

- 1.1. ¿Qué es la Propiedad Intelectual?
 - 1.1.1. Propiedad Industrial.
 - 1.1.2. Derechos de Autor y conexos.
- 1.2. Importancia de la Propiedad Intelectual.

MÓDULO 2. Patentes

4 horas

Una patente es un derecho exclusivo concedido sobre una invención, el producto o proceso conforma un abordaje nuevo de hacer algo, o propone una innovación técnica. En compensación por la protección por patente, los titulares tienen la obligación de divulgar el material informático sobre sus investigaciones para así nutrir el acervo del conocimiento global.

- 2.1. ¿Qué es una patente?
 - 2.1.1. ¿Es mi innovación o invento patentable?
 - 2.1.2. Derecho del titular.
 - 2.1.3. Mecanismos para registrar una patente:
 - 2.1.3.1. ¿Cómo se obtiene una patente?
 - 2.1.3.2. ¿Quién concede una patente?
- 2.2. Patentes y negocios:
 - 2.2.1. ¿Qué es un estudio FREE TO OPERATE O FTO?
 - 2.2.2. Acuerdos de patente:
 - 2.2.2.1. Tipos de acuerdo.

Propiedad Intelectual y Comercialización de productos en China

MÓDULO 3. Marcas

2 horas

- 3.1. ¿Qué es una marca?
- 3.2. Derechos que confiere el registro de marca.
- 3.3. Condiciones para el registro de una marca.
- 3.4. El estudio de marca.
- 3.5. La protección de la marca en Internet.
- 3.6. Cómo construir un sistema de franquicia de marca.

MÓDULO 4. Diseño industrial

2 horas

- 4.1. ¿Qué es el diseño industrial?
- 4.2. Condiciones para su registro.
- 4.3. Cómo registrar un diseño industrial.
- 4.4. Alcances de la protección:
 - 4.4.1. Derechos que confiere.
 - 4.4.2. Importancia.

MÓDULO 5. Secretos comerciales

2 horas

Los secretos comerciales son definidos como la información concerniente a las operaciones técnicas u otra información comercial desconocida que es de valor comercial para el titular del secreto, para lo cual es necesario tomar las correspondientes medidas de confidencialidad.

- 5.1. ¿Qué es un secreto comercial?
- 5.2. ¿Qué es una infracción al secreto comercial?
- 5.3. ¿Cómo resguardar al secreto comercial?

Propiedad Intelectual y Comercialización de productos en China

MÓDULO 6. Derechos de Autor y Conexos

4 horas

Los Derechos de Autor es la protección a las obras literarias y artísticas de los autores, artistas y demás creadores. El espíritu de la Ley es incentivar la creación y proteger el retorno económico generado en su explotación permitiendo su continuidad. Relacionado con ellos están los Derechos Conexos que abarcan derechos similares o idénticos aunque de manera más limitada y de menor duración.

6.1. ¿Qué es el Derecho de Autor?

6.1.1. Qué innovaciones protege el Derecho de Autor.

6.2. ¿Qué son los derechos conexos?

6.3. Mecanismos para la protección del Derecho de Autor y Conexos:

6.3.1. Limitaciones y excepciones.

6.3.2. Protegiendo softwares.

6.4. Importancia del Derecho de Autor y Conexos.

6.5. Consideraciones sobre la Propiedad Intelectual en los negocios:

6.5.1. Reglas fundamentales para elaborar una estrategia de Propiedad Intelectual.

6.5.2. Análisis básico de un caso.

PARTE 2. VENDER EN CHINA

MÓDULO 1. Vender en China

4 horas

El comportamiento del consumidor chino es complejo ya que las tendencias varían entre los diferentes grupos etarios y regiones en China. Comprender las preferencias y la mentalidad de diferentes grupos de consumidores en China es clave para ingresar o expandirse más a este mercado.

1.1. ¿Qué compran los chinos?

1.2. ¿Cómo compran los chinos?

1.3. ¿Quiénes son los consumidores potenciales de su marca?

1.4. Disponibilidad de mecanismos financieros e institucionales para exportar a China.

1.5. El mercado objetivo.

1.6. El mercadeo de las e-Commerce en China.

Propiedad Intelectual y Comercialización de productos en China

MÓDULO 2. NAMING

2 horas

Si usted quiere vender su producto en China lo primero en lo que tiene que pensar es en el nombre de la marca ya que hay que rebautizarla en chino. Debe poder diferenciarla de los competidores y es imprescindible que su nombre esté a tono con la cultura local e inspire o simbolice valores positivos.

- 2.1. ¿Qué es el NAMING?
- 2.2. Cómo escoger un nombre chino para nuestra marca.
- 2.3. NAMING y Propiedad Intelectual.

MÓDULO 3. Introducción a la Propiedad Intelectual en China

2 horas

La Ley de Propiedad Intelectual en China está basada en el “first to file”, quien solicita el registro de una marca o patente en primer lugar tiene preferencia.

- 3.1. ¿Cómo es la Ley de Propiedad Intelectual en China?
 - 3.1.1. Características y diferencias con Occidente.
- 3.2. Por qué tengo que registrar mi Propiedad Intelectual en China.
- 3.3. ¿Cómo registro mi Propiedad Intelectual en China?

MÓDULO 4. Formas de comercialización en China

2 horas

Es importante asistir a ferias y misiones comerciales chinas para poder mostrar nuestros productos, contactarnos con potenciales socios comerciales y poder echar un vistazo a lo que están haciendo nuestros competidores.

- 4.1. ¿Por qué debemos asistir a ferias y misiones comerciales chinas?
- 4.2. Seleccionando un partner en China:
 - 4.2.1. Demanda directa.
 - 4.2.2. Distribuidor autorizado.
 - 4.2.3. Cobranding.

MÓDULO 5. El e-Commerce en China

5 horas

La cultura digital, después del idioma, es la segunda muralla china. Ante la necesidad de controlar la información que por Internet llegaba a China, el gobierno decidió controlarla bloqueando todo lo que viniera de Occidente para no alterar el status quo del sistema.

A la hora de hacer negocios en China es fundamental manejar las nociones básicas en materia de legalidad.

5.1. La cultura digital en China:

5.1.1. Motores de búsqueda.

5.1.2. Redes sociales.

5.2. El NETIZENS chinos:

5.2.1. ¿Cómo los Netizens gastan su tiempo online?

5.2.2. ¿Cómo compran los Netizens?

5.3. Introducción al ordenamiento legal en China en materia de e-Commerce:

5.3.1. El Código Civil.

5.3.2. La Ley de e-Commerce.

5.4. Tiendas virtuales:

5.4.1. Taobao, JD & Tmall. ¿Cuáles son sus diferencias?

5.4.2. Website propio & Tienda virtual.

5.5. Abrir mi tienda virtual en Tmall Internacional:

5.5.1. Verificar y procesar los documentos.

5.5.2. Listado de documentos.

5.5.3. Tarifas.

5.5.4. Arrancando mi tienda virtual en China.

5.5.5. Plan de arranque.

5.5.6. El enganche de marca.

Propiedad Intelectual y Comercialización de productos en China

Autor



Carola Blanco Landaeta

Economista. Máster en Historia. Especialista en medios online y offline así como en Propiedad Intelectual y cultura china.

Consultora de negocios y Propiedad Intelectual para China y América Latina.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

